



FACULTAD DE MEDICINA HUMANA Y CIENCIAS DE LA SALUD

ESCUELA PROFESIONAL DE ESTOMATOLOGÍA

TESIS

**“CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA
CLÍNICA ESTOMATOLOGICA DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
FILIAL- HUACHO; EN EL PERIODO DE MARZO-AGOSTO 2016”**

BACHILLER:

DORIS PAMELA DEL CARMEN POMAR TABOADA

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

“CIRUJANO DENTISTA”

Asesor: CD. Esp. Panana Gavedia, Juan Paulo

HUACHO – 2017

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios por haberme permitido llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mis padres José y Ana, por ser los pilares más importantes de mi vida, por estar en cada momento difícil de mi vida brindándome su apoyo incondicional y su amor. A mi hermana Cynthia por estar siempre a mi lado dándome su consejo.

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi reconocimiento a la escuela académico profesional de Estomatología de la Universidad Alas Peruanas Filial – Huacho por el apoyo y autorización para la elaboración de la tesis para obtener el título profesional de cirujano dentista.

Al CD. Esp. Paulo Panana quien con toda responsabilidad se comprometió en el asesoramiento de tesis.

Al CD. Javier Ramos De Los Ríos, director de la escuela académico profesional de Estomatología Filial – Huacho quien brindo su apoyo y todas las facilidades posibles en la parte administrativa.

A los trabajadores y pacientes de la clínica estomatológica de la Universidad Alas Peruanas por su colaboración en este trabajo de investigación.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho en el periodo de Marzo-Agosto 2016. El tipo de investigación aplicada es observacional –transversal con un nivel de investigación descriptivo y un diseño no experimental .La población estuvo conformada por trabajadores y clientes de la Clínica Estomatología. La muestra está conformada por 40 trabajadores y clientes de la clínica estomatológica a los que se les aplico una encuesta de clima organizacional (EDCO) y una encuesta sobre la satisfacción del cliente.

Se obtuvo como resultado que el 66.7% de los trabajadores de la clínica estomatológica se encuentran muy satisfechos con el clima del lugar donde laboran; en la satisfacción del cliente obtuvimos como resultado que el 79.4% de los clientes se encuentran satisfechos con la atención recibida en cada una de las áreas de la clínica estomatológica de la universidad Alas Peruanas Filial-Huacho en el periodo de Marzo-Agosto 2016.

Se concluye así que existe un buen clima organizacional y una buena satisfacción del cliente en la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho en el periodo de Marzo-Agosto 2016.

El presente estudio nos permite conocer las percepciones que tienen los trabajadores del lugar donde laboran; de igual forma nos permite conocer la satisfacción que tienen los clientes al ser atendido en cada una de nuestras áreas de la clínica estomatológica de la Universidad Alas peruanas.

Palabras claves: Clima Organizacional, Satisfacción del Cliente

ABSTRAC

The objective of this research is to determine the organizational climate and customer satisfaction in the Clínic stomatological of the university alas Peruvians filial-Huacho in the period of March-August of 2016. The type of applied research is observational – transversal with a descriptive level of research and a no experimental design. The population was formed by workers and clients of the Stomatology clinic. The sample is formed by 40 workers and clients of the Stomatological clinic who are applied an organizational climate survey and a customer satisfaction survey.

It was obtained as a result that the 66.7% of the workers of the Stomatological clinic are very satisfied with the climate of the place where they work; In the customer satisfaction we obtained as a result that the 79.4% of the clients are satisfied with the attention received in the areas of the clinic stomatological of the university wings Peruvians in the period of March-August of the 2016.

It is concluded that there is a good organizational climate and a good satisfaction of the client in the clinic stomatological of the university alas Peruvians filial-Huacho in the period of March-August of the 2016.

This study allows us to know the perceptions of the workers of the place where they work; In the same way it allows us to know the satisfaction that the clients have to be attended in each one of our areas of the clinic stomatological of the university wings Peruvians.

Key words: Organizational Climate, Customer Satisfaction.

INDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	1
ABSTRAC	2
INDICE	3
ÍNDICE DE CUADROS	6
ÍNDICE DE GRÁFICOS	6
INTRODUCCIÓN	7
CAPITULO I :PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
1.1 Descripción de la Realidad Problemática.....	8
1.2 Formulación del problema.....	11
1.3. Delimitación de la investigación	12
1.3.1. Delimitación espacial:	12
1.3.2. Delimitación temporal:	12
1.3.3. Delimitación social:	12
1.3.4. Delimitación conceptual:.....	12
1.4. Objetivos de la Investigación.....	13
1.4.1 Objetivos Generales	13
1.4.2. Objetivos Específicos.	13
1.5. Justificación e importancia de la investigación.....	14
1.5.1 Justificación de la investigación.....	14
1.5.2 Justificación Teórica:	14
1.5.3 Justificación Práctica	15
1.5.4 Importancia de la investigación	15
1.5.5 Viabilidad de la Investigación	15
1.6. Limitación de la Investigación	16

CAPITULO II : MARCO TEORICO	17
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
2.1.1 Antecedentes Internacionales	17
2.1.2 Antecedentes Nacionales	20
2.2 BASES TEÓRICAS.....	23
2.2.1. Concepto de Clima y Cultura Organizacional	23
2.2.2. Tipos de Clima Organizacional	27
2.2.3. Dimensiones del Clima Organizacional	29
2.2.4. Características del Clima Organizacional	32
2.2.5. Medición del Clima Organizacional.....	34
2.2.6 Concepto General de Satisfacción del Cliente.	36
2.2.7. Principios de la Satisfacción del Cliente	39
2.2.8. Atención al Cliente, Definición Y Características.....	43
2.3 MAPA CONCEPTUAL.....	49
2.4 DEFINICIONES CONCEPTUALES	50
CAPITULO III : VARIABLES DE LA INVESTIGACION	52
3.1. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES	52
3.1.1 Variables Independientes.	52
3.2 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	53
CAPITULO IV : METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	54
4.1 Diseño de la investigación.....	54
4.2 Tipo de investigación.....	54
4.3 Nivel de investigación.....	54
4.4 Método de Investigación	55
4.5 Procedimiento de la investigación.....	55
4.6 Población y Muestra de la Investigación	55
4.6.1.Población.....	55
4.6.2.Muestra.....	56
4.6.3. Selección de la muestra	56

4.6.4 .Criterios de inclusión:	56
4.6.5 Criterios de exclusión:	56
4.7.1. Técnicas	57
4.7.2. Instrumento.....	57
CAPITULO V : ANALISIS Y DISCUSION	61
5.1 Analisis.....	61
5.2 Discusion	69
CONCLUSIONES	72
RECOMENDACIONES	74
FUENTES DE INFORMACION.....	75
ANEXOS	77
ANEXO 1: Carta de Presentacion	78
ANEXO 2: Instrumento de Recoleccion de Datos	79
ANEXO 3: Instrumento de Recoleccion de Datos	85
ANEXO 4: Validacion de Instrumentos	91

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. – Clima Organizacional y la satisfacción del cliente	65
Cuadro 2. – Clima Organizacional.....	81
Cuadro 3. – Satisfacción en el Area de Administracion.....	67
Cuadro 4. – Satisfacción en el Area de Proveeduría.....	68
Cuadro 5. – Satisfacción en el Area de Historias Clínicas	70
Cuadro 6. – Satisfacción en el Area de Esterilización	73
Cuadro 7. – Satisfacción en el Area Técnica de Mantenimiento	81
Cuadro 8. – Satisfacción Del Cliente.....	81

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafica 1. – Esquema de Clima Organizacional.....	65
Grafica 2. – Mapa Conceptual.....	67
Grafica 3. – Clima organizacional.....	68
Grafica 4. – Satisfacción en el Área de Administración	70
Grafica 5. – Satisfacción en el Área de Proveeduría	73
Grafica 6. – Satisfacción en el Área de Historias Clínica	81
Grafica 7. – Satisfacción en el Área de Esterilización	70
Grafica 8. – Satisfacción en el Área Técnica de Mantenimiento	73
Grafica 9. – Satisfacción Del Cliente	73

INTRODUCCIÓN

Por clima organizacional se entiende el conjunto de cualidades, atributos o propiedades relativamente permanentes de un ambiente de trabajo concreto que son percibidas, sentidas o experimentadas por las personas que componen la organización empresarial y que influye sobre su conducta. La importancia del conocimiento del clima organizacional se basa en la influencia que se ejerce sobre el comportamiento de los trabajadores. Es evidente que la existencia de un adecuado u óptimo clima organizacional repercutirá en el desempeño del trabajador y de la empresa en general. Por consiguiente consideramos que un adecuado clima organizacional influirá directamente sobre la gestión de la empresa y, por tanto, en la satisfacción de sus clientes.

En la actualidad se asume que, desde la perspectiva de la organización, las estrategias y metas deben enfocarse en la satisfacción del cliente. Una vez que esto se alcanza, las universidades tendrán que proyectar un solo objetivo que es la satisfacción del cliente; construyendo un modelo de los factores que, a su criterio, lo lleven a este.

Un segundo aspecto importante dentro del proceso de lograr la satisfacción del cliente es construir un sistema de evaluación –recompensa que apoye esa estrategia. Así probablemente, el punto más importante en cualquier empresa que se enorgullece de ser líder en satisfacción del cliente es que no se trata de un programa o procedimiento, sino que realmente es parte de la cultura de la organización. En otras palabras es un conjunto de creencias, valores y normas, que son expectativas específicas de comportamiento que se impregnan en la organización y que no se encuentran simplemente anotadas en un manual.

El clima organizacional influye notablemente en la eficiencia y productividad de una organización. Por esta razón consideramos de suma importancia llevar a cabo un estudio destinado a comprobar si el clima organizacional de la clínica repercute en la satisfacción del cliente.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la Realidad Problemática

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

Dentro de este contexto, la noción de Clima Organizacional, se refiere a las percepciones compartidas por los trabajadores respecto al trabajo, al ambiente físico en que se desarrollan las actividades laborales, las relaciones interpersonales que tienen lugar en el entorno y las diversas regulaciones formales que afectan dicho trabajo.

El concepto de Clima Organizacional nos permite ampliar la perspectiva de análisis de una Institución a una visión más global, integrando el ambiente laboral como una variable sistémica que impacta en el logro de los objetivos estratégicos.

En base a lo anterior clima organizacional es la percepción que los trabajadores y directivos se forman de la organización a la que pertenecen, percepción que incide directamente en el desempeño de la organización.

El objetivo de un estudio de clima organizacional es detectar el nivel de impacto que tiene el comportamiento de los individuos en una empresa. Algunos objetivos de los estudios de Clima Organizacional son: Conocer la percepción del personal sobre el actual Clima Organizacional; Identificar aquellos factores organizacionales de mayor incidencia positiva o negativa sobre el clima actual; Proponer sugerencias para mejorar los niveles de motivación del personal y disponer de información relevante para la elaboración de planes estratégicos.

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

El Clima se refiere a las características del medio ambiente de trabajo. Estas características son percibidas directa o indirectamente por los trabajadores que se desempeñan en ese medio ambiente. También presenta repercusiones en el comportamiento laboral; lo que hace que se forme un sistema interdependiente altamente dinámico

Las características de la organización generan un determinado Clima Organizacional. Este clima repercute sobre las motivaciones de los miembros de la organización y sobre su correspondiente comportamiento. Este comportamiento tiene obviamente una gran variedad de consecuencias para la organización como, por ejemplo, productividad, satisfacción, rotación, adaptación, etc.

El clima organizacional es, pues, un aspecto determinante para la productividad de las empresas y de las organizaciones. Tan importante que afecta la buena marcha de las actividades y el bienestar del personal a todos los niveles.

Muchas empresas dejan de ser productivas porque no fomentan un buen ambiente de trabajo o simplemente porque no involucran en este proceso a sus directivos, administradores y trabajadores por igual. Los nuevos trabajadores, suelen llegar con mucho entusiasmo y con ciertas expectativas sobre la empresa, sus actividades y sus compañeros; sin embargo, todo se viene abajo cuando no encuentran el clima organizacional adecuado para su desempeño profesional. Ante esta situación, identificar y fortalecer los factores que intervienen en la creación de un clima organizacional motivante se convierten en asuntos clave para la productividad de la empresa.

Como se ha podido apreciar el Clima Organizacional influye notablemente en la eficiencia y productividad de una organización. Por esta razón es de suma importancia llevar a cabo un estudio destinado a comprobar si el Clima Organizacional repercute en la Satisfacción del cliente. Asumimos que las áreas de la clínica estomatológica con mejor clima organizacional presentarán una buena satisfacción del cliente. Inversamente, las áreas con bajo clima laboral presentarán una mala satisfacción de sus respectivos clientes.

1.2 Formulación del problema

¿Existirá buen clima organizacional y satisfacción del cliente en la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho; en el periodo de Marzo-Agosto 2016?

1.2.1 Problemas Específicos

1. ¿Existirá buen clima organizacional en la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho; en el periodo de Marzo-Agosto 2016?
2. ¿Existirá buena satisfacción del cliente en la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho; en el periodo de Marzo-Agosto 2016?
3. ¿Existirá buena satisfacción del cliente en las áreas de la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho; en el periodo de Marzo-Agosto 2016?

1.3. Delimitación de la investigación

1.3.1. Delimitación espacial:

Se llevó acabo en la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho; en el periodo de Marzo-Agosto 2016.

1.3.2. Delimitación temporal:

Se realizó en el mes de marzo-agosto 2016.

1.3.3. Delimitación social:

El grupo social a estudiar será el personal y los clientes (Alumnos) de la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho; en el periodo de Marzo-Agosto 2016.

1.3.4. Delimitación conceptual:

V. Independiente: Clima Organizacional y
Satisfacción del Cliente.

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1 Objetivos Generales

Determinar el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la Clínica Estomatológica Filial-Huacho; en el periodo de Marzo-Agosto 2016.

1.4.2. Objetivos Específicos.

1. Comprobar si existe buen clima organizacional en la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho; en el periodo de Marzo-Agosto 2016.
2. Comprobar si existe buena satisfacción del cliente en la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho; en el periodo de Marzo-Agosto 2016.
3. Comprobar si existe buena satisfacción del cliente en las áreas de la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho; en el periodo de Marzo-Agosto 2016.

1.5. Justificación e importancia de la investigación

1.5.1 Justificación de la investigación

El clima organizacional surge a raíz de ver si sus trabajadores se sienten bien con respecto al bienestar psicológico-físico-material y, si están satisfechos en gran medida con el ambiente de trabajo al que pertenecen. Por otra parte, mantener un clima organizacional favorable es importante ya que puede posibilitar la estabilidad del personal y ayuda a la misión de la organización.

Se planteó el siguiente trabajo de investigación debido a la cantidad de clientes que tiene la Clínica Estomatológica, por ello es necesario saber si los clientes están satisfechos al ser atendidos en los ambientes de la clínica estomatológica. Por lo que es necesario también investigar el clima organizacional en el que se desenvuelven los trabajadores, ya que de esto depende su desempeño, la productividad laboral y sobre todo la satisfacción del cliente.

1.5.2 Justificación Teórica:

La investigación tiene como finalidad determinar si existe buen clima organizacional en la Clínica Estomatológica de la universidad Alas Peruanas , ya que prácticamente no existen investigaciones en nuestro país sobre este tema .En efecto la mayor parte de estudios sobre clima organizacional se han orientado, a relacionarlas con variables como rendimiento laboral, motivación laboral, estilos de supervisión, etc. En esta ocasión también se realizara un estudio sobre si existe buena satisfacción del cliente en la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho.

1.5.3 Justificación Práctica

El resultado despertara la reflexión de la organización sobre las condiciones laborales en que se desenvuelve el personal; considerando que el clima organizacional es un factor determinante, tomando en cuenta que el comportamiento del grupo está condicionado con la percepción que tenga la organización. Una vez identificado estos factores que se tenga de la investigación los beneficiados serán los trabajadores que conforman la Clínica Estomatológica y a la vez los clientes.

1.5.4 Importancia de la investigación

El presente trabajo tiene como objetivo conocer la actual situación del clima organizacional en la clínica estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho ya que es un importante aspecto para la gestión empresarial de una organización. Este estudio nos permitirá conocer a detalle las ventajas de mantener un adecuado clima organizacional de manera que el cliente sienta satisfacción al ser atendido. Al conocer los resultados de la investigación se estará en condiciones de plantear las correspondientes sugerencias y recomendaciones.

1.5.5 Viabilidad de la Investigación

1. El estudio de este problema es académicamente viable por ser el clima organizacional y la satisfacción del cliente un factor importantísimo en la gestión empresarial de cualquier institución.
2. Se dispone de recursos humanos, económicos y materiales suficientes para realizar la investigación
3. Es viable conducir el estudio con la metodología necesaria
4. Los métodos a conducir darán respuesta al problema de estudio

1.6. Limitación de la Investigación

1. Marco bioético para respetar la confidencialidad de las encuestas tomadas a los clientes (Alumnos) inmersos en dicho estudio.
2. Clientes (Alumnos) poco colaboradores a realizar las encuestas.
3. Espacio de trabajo, dificultad en el espacio para realizar la recolección de datos, no se contó con el ambiente e infraestructura adecuada.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Noriega Bravo, VM y Pría Barros, Mc 2011 (Cuba)¹ El clima organizacional se considera un factor que refleja las facilidades u obstáculos que encuentra el trabajador para desempeñarse en el contexto laboral. Su objetivo es Mostrar el proceso de construcción y validación de un instrumento para evaluar el clima organizacional en los Grupos de Control de Vectores. Se identificaron 20 criterios en las dimensiones: estructura organizacional, liderazgo, toma de decisiones, motivación y comportamientos individuales; se elaboraron además 60 ítems que se presentaron como enunciados en un cuestionario de respuestas dicotómicas cuya validación de contenido se realizó con expertos a partir de la metodología propuesta por Moriyama. La muestra para evaluar la confiabilidad estuvo constituida por 89 trabajadores de 5 Grupos de Control de Vectores en la provincia Ciudad de La Habana. Se calculó el coeficiente de correlación de Spearman y la prueba de Mac Nemar para comprobar la estabilidad y el coeficiente Alfa de Cronbach, para la consistencia interna. En la validez de construcción se analizaron

la validez convergente y divergente y la asociación ítem/dimensión mediante el coeficiente de contingencia. Resultados Luego de dos rondas, los expertos valoraron satisfactoriamente la totalidad de los ítems. La consistencia interna resultó en general elevada y al interior de las dimensiones, moderada, al igual que la estabilidad. La relación ítem/dimensión mostró asociaciones de débiles a moderadas; y se encontró concordancia entre la clasificación de los ítems según el diseño del instrumento y las obtenidas luego de evaluar las asociaciones ítem/dimensión. En conclusión se dispone de un instrumento válido y confiable para ser aplicado en la evaluación del clima organizacional en Grupos de Control de Vectores.

Mujica de Gonzales, M y Pérez de Maldonado, I 2007 (Chile) ² Tiene como objetivo describir la gestión del clima organizacional como una acción deseable en la universidad, sustentado en primer lugar en los referentes teóricos del clima organizacional, en donde existe un amplio consenso entre investigadores al conceptuarlo como las percepciones colectivas y compartidas que tienen los grupos del ambiente de trabajo. En segundo lugar, se resalta la problemática que prevalece en las universidades de vieja data y ha perdurado en la actualidad, como son problemas organizacionales, predominando la gestión del gerente y ambientes de trabajos, que tienen relación con clima laboral académico. Finalmente, se presenta la gestión del clima organizacional académico documentado en la utilización de indicadores de gestión; como soporte se reportan resultados del ajuste de un indicador de gestión que sirve de referencia para gestionar el clima organizacional universitario y puede ser utilizado en los diferentes niveles de la gerencia universitaria.

Muñoz-Seco. E; et al 2006 (España)³ El objetivo de este estudio es describir la calidad de vida profesional (CVP) percibida por los trabajadores de atención primaria (AP) y el clima de la organización (CO) de sus centros, y conocer la influencia del CO sobre la CVP y las variables que explican esta relación. Su diseño es transversal, analítico. Emplazamiento son los Centros de atención primaria del Área de Salud de Menorca. Un total de 166 profesionales sanitarios y no sanitarios. Mediciones principales. Dos cuestionarios anónimos autoadministrados y validados en AP: CVP-35 (dimensiones: demandas, apoyo directivo y motivación) y CO (dimensiones: trabajo en equipo, cohesión y compromiso). Se analizan la edad, la antigüedad, el grupo profesional, la relación laboral y el centro sanitario. La tasa de respuestas fue del 67,4%. La CVP global es 5,78, peor a mayor edad y mejor cuanto más cohesión. La percepción de demandas es 5,53, más en médicos y menos si hay un elevado compromiso. El apoyo directivo se valora en 4,9, mejor cuanto más cohesión y trabajo en equipo y peor en trabajadores fijos y administrativos. La motivación intrínseca es 7,43 y aumenta con el incremento del compromiso. Hay asociación entre CO y CVP (mayor en las dimensiones motivación [$r^2 = 0,26$] y apoyo directivo [$r^2 = 0,476$]), independientemente de la edad, el grupo profesional y la antigüedad laboral. El clima influye en la calidad de vida profesional, especialmente en la motivación y el apoyo directivo. El compromiso mejora la motivación intrínseca y la percepción de demandas. La valoración del apoyo directivo mejora si lo hacen la cohesión y el trabajo en equipo.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Alva Fructuoso, J y Domínguez Díaz L 2015 (Perú)⁴ El presente trabajo de investigación se elaboró con el objetivo de determinar si existe relación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral en los trabajadores de la Universidad San Pedro de Chimbote en el 2013. Fue una investigación cuantitativo-descriptiva-correlacional con un diseño no experimental transversal, que se trabajó con una muestra de 332 trabajadores de esta casa de estudios, y para recolectar los datos se utilizaron dos instrumentos (cuestionarios tipo escala). Los datos se procesaron con los programas Excel y SPSS, y para comprobar la hipótesis se empleó la prueba χ^2 , la correlación de Pearson y un análisis de regresión múltiple. Se determinó que sí existe relación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral, por lo que la comunicación y las condiciones laborales son las dimensiones del clima organizacional más determinantes para la satisfacción laboral de los trabajadores de la Universidad San Pedro de Chimbote.

Medina Lizarra M y Esquicha Medina, A 2013(Perú)⁵ El Objetivo de este estudio es determinar el grado de satisfacción respecto a la atención recibida en los servicios hospitalización de los pacientes transferidos del Hospital Rebagliati – EsSalud a una clínica particular de la ciudad de Lima-Perú. El estudio descriptivo observacional y transversal; en el que se empleó un cuestionario semiestructurado, elaborado por EsSalud y adaptado por la autora, con el cual se entrevistó a 105 pacientes asegurados hospitalizados en la Clínica «Virgen de las Mercedes», con referencia al trato brindado por el equipo de salud, a la alimentación recibida y a la infraestructura; entre marzo y mayo de 2009. Resultados: el 61,9% de los pacientes tiene entre 61 a 80 años; 59% de los cuales son mujeres y de estado civil casado; 33,3% cuenta con instrucción secundaria completa y son pensionistas; y el 67,6% procede de Lima. Del total de pacientes, 51,4% fue trasladado a la clínica «Virgen de las Mercedes» desde los servicios de

hospitalización, mientras que un 48,6% fue derivado desde emergencia. El 52,4% de los pacientes manifestó grado medio de satisfacción respecto a la atención recibida durante su hospitalización en esta clínica; seguido de 25,7% con satisfacción baja, mientras que el 21,9% manifestó satisfacción alta. Respecto a la alimentación recibida y a la infraestructura, predomina una satisfacción media (65,8 y 62% respectivamente), frente a 47,6% en relación al equipo de salud. Conclusiones: el nivel de satisfacción general referido por los pacientes respecto a la atención recibida en la clínica es medio, siendo la dimensión más influyente el trato brindado por el equipo de salud, seguido de la infraestructura y la alimentación.

Bobbio Lucia y Ramos Willy 2010 (Perú)⁶ El objetivo de este estudio es determinar la satisfacción laboral y factores asociados del personal asistencial médico y no médico del Hospital Nacional Dos de Mayo (HNDM) Lima-Perú. Estudio transversal. La muestra fue obtenida mediante muestreo aleatorio simple y estuvo constituida por personal asistencial médico y no médico (enfermería, obstetricia y técnico de enfermería) que laboraba en los pabellones de hospitalización, consultorios externos, servicios de emergencias (adultos, niños y gestantes) del HNDM entre enero y marzo de 2007. La muestra fue conformada en el grupo de médicos por 75 personas, en el grupo de enfermeros y obstetras por 65 personas y en el grupo de técnicos de enfermería por 87 personas. Se procedió a la aplicación de una encuesta anónima que valoró la satisfacción laboral y posibles factores asociados en personal asistencial médico y no médico. Los cálculos fueron realizados con un nivel de confianza del 95%. El 22.7% del personal médico se encontraba satisfecho con su trabajo, la satisfacción en el grupo compuesto por enfermeras y obstetras fue del 26.2%; mientras que en el personal técnico de enfermería, la satisfacción laboral fue del 49.4%. El análisis multivariado mostró que en el personal asistencial médico del HNDM los factores asociados a satisfacción laboral fueron la adecuada higiene y limpieza de los ambientes de

trabajo ($p=0.003$) y el tener adecuada relación con sus jefes de servicio ($p=0.023$). Los factores asociados a satisfacción en personal asistencial de enfermería y obstetricia fueron la adecuada carga laboral ($p=0.003$) y las adecuadas oportunidades de promoción y ascenso ($p=0.006$); mientras que, en el personal asistencial técnico fueron la satisfacción con el salario mensual ($p<0.001$) y con la supervisión ejercida sobre ellos ($p<0.001$). Existe un bajo porcentaje de satisfacción laboral en personal asistencial médico y no médico del HNMD el cual se encuentra por debajo de lo reportado por la literatura internacional. Los factores asociados a satisfacción difieren notablemente en el personal médico y no médico.

Llapa-Rodríguez, EO; et al 2009 (Perú)⁷ La presente investigación fue realizada en un Servicio de Salud de Atención Primaria en Arequipa-Perú. El objetivo es identificar y analizar el compromiso organizacional y profesional de trabajadores que integran un equipo de atención primaria. El estudio de caso realizado con 12 profesionales de salud, fundamentado en el modelo teórico de Meyer y Allen para el Compromiso Organizacional y Profesional, utilizando entrevistas semi-estructuradas analizadas según análisis de contenido por temática. Los resultados del análisis resultó la categorización por núcleos temáticos en sus bases Afectiva, Instrumental y Normativa, siendo los seis primeros subtemas relacionados al compromiso organizacional y los cuatro últimos relacionados al compromiso profesional. Comprendemos que el compromiso contribuye a que los trabajadores se identifiquen con sus roles profesionales y organizacionales, volviéndolos más motivados y por tanto más involucrados. Se espera que organizaciones de salud implementen estrategias y promuevan condiciones que favorezcan el compromiso afectivo entre sus empleados.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1. CONCEPTO DE CLIMA Y CULTURA ORGANIZACIONAL

El clima de una organización es uno de los aspectos más frecuentemente aludidos en el diagnóstico organizacional. Se trata de un tema que se plantea en la década de los sesenta, junto con el surgimiento del Desarrollo Organizacional y de la teoría de sistemas al estudio de las organizaciones.

El concepto de clima (incluso por su connotación geográfica - atmosférica) permite ampliar las perspectivas de análisis desde una visión parcializada y reduccionista a una más global, que sea capaz de integrar el ambiente como una variable sistémica y que abarque fenómenos de suyo complejos desde una cesión también compleja.

La relación sistema - ambiente, propia de la teoría de los sistemas abiertos proveniente de la Teoría General de Sistemas, propuesta por Von Bertalanffy (1984)⁸ y enriquecida con aportes de la cibernética ingresa con gran fuerza a la teoría organizacional en los años sesenta. Esta proposición, la de ver a los sistemas organizacionales en su relación con su entorno ambiental, encuentra acogida en una teoría de organizaciones que buscaban superar las comprensiones excesivamente de algunos enfoques y reduccionistas de los otros. Las perspectivas de la Escuela Clásica, por otra parte, habían encontrado críticas sobre los enfoques de corte psicológico-social, que tenían su origen en la Escuela de Relaciones Humanas.

Talcott Parsons (1966)⁹, por su parte, había propuesto una teoría en que las organizaciones resultaban ser un subsistema de la sociedad y hacía un llamado de atención sobre las complejas vinculaciones institucionales de la organizaciones con la sociedad. Esta teoría proponía, además, un camino que permitiera integrar la personalidad, el sistema social

organizacional y los niveles culturales. Sin embargo, esta teoría no pudo ser adecuadamente comprendida y acogida, por cuanto el desafío del momento tenía un sentido eminentemente práctico y resultaba muy difícil para los investigadores de la época el realizar un esfuerzo de esa envergadura. Por esta razón, la propuesta Parsoniana no fue acogida, o lo fue muy marginalmente, como en el caso del trabajo de Katz y Kahn (1977)¹⁰ el de Buckley (1973)¹¹.

En síntesis, el tema de clima organizacional surge en un momento en que se siente necesario dar cuenta de fenómenos globales que tienen lugar en organización; pero que al mismo tiempo sea lo suficientemente simples como para poder servir de orientación a trabajos prácticos de intervención en las organizaciones, como lo desea el Desarrollo Organizacional.

El clima organizacional, como sistema, refleja el estilo de vida completo de una organización; si este clima es mejorado, por implicancia se da una mejoría en el desempeño de los integrantes de la organización. Cuando se analiza el clima organizacional, desde una perspectiva psicológica, se aprecian dos niveles: a) las características del ambiente de trabajo, y b) la influencia que la percepción de este ambiente tiene sobre la conducta de sus integrantes.

Las características del ambiente del grupo hacen referencia al conjunto de fenómenos psicológicos grupales (motivación, liderazgo, etc.) que ocurren entre los integrantes de la organización y que guardan relación con las esferas afectivas y cognitivas de cada persona; sin embargo el análisis de estos procesos psicológicos básicos se realiza mediante las dimensiones del clima organizacional y no con las herramientas conceptuales tradicionales. La influencia del clima laboral en la conducta de las personas implica básicamente una síntesis de actividades ya que desde la perspectiva psicológica de las organizaciones, todas las

funciones y tareas que realizan sus integrantes son conductas, y por ello tienen una base en las características personales de sus miembros.

El modelo de Clima Laboral u Organizacional de Edison Trickett y Rudolph H. Moss, de las universidades de Yale y Stanford¹², respectivamente, considera que éste es un concepto sistémico, en el que cada organización es única, ya que posee su propia cultura, tradiciones y métodos de acción, que en su totalidad constituyen su clima organizacional, el cual es importante en la medida que influye en la motivación, desempeño y satisfacción en el cargo.

Bustos y Miranda¹³ (2001) señalan que el concepto de Clima organizacional tiene importantes y diversas características, entre las que Podemos resaltar:

- El Clima se refiere a las características del medio ambiente de la Organización en que se desempeñan los miembros, estas características pueden ser externas o internas; esto último determina el clima organizacional, ya que cada miembro tiene una percepción distinta del medio en que se desenvuelve.
- El Clima Organizacional es un cambio temporal en las actitudes de las personas que se pueden deber a varias razones: días finales del cierre anual, proceso de reducción de personal, incremento general de los salarios, etc. Por ejemplo cuando aumenta la motivación se tiene un aumento en el Clima Organizacional, puesto que hay ganas de trabajar, y cuando disminuye la motivación éste disminuye también, ya sea por frustración o por alguna razón que hizo imposible satisfacer la necesidad. Estas características de la organización son relativamente permanentes en el tiempo, se diferencian de una organización a otra y de una sección a otra dentro de una misma empresa.

- El Clima, junto con las estructuras y características organizacionales y los individuos que la componen, forman un sistema interdependiente altamente dinámico.

El clima influye en la forma como cada trabajador se siente en la institución, por ejemplo: si una persona percibe hostil el clima de su organización, tendrá tendencia a comportarse defensivamente, aunque este no necesariamente sea consciente del papel y de la existencia de los factores que la componen. Algunos sienten la sensación de bienestar, comodidad y de un ambiente gratificante emocionalmente, otros en cambio, puede ser que se sientan mal, insatisfechos con su sueldo actual, con su jefe o grupo, etc. y estas condiciones determinan el tipo de actitudes y comportamientos que adoptaran. El clima organizacional es, por tanto, el conjunto de sentimientos y actitudes que caracterizan a los trabajadores de una organización en sus relaciones laborales, determina la forma como los trabajadores perciben su trabajo, sus relaciones, su organización, su satisfacción, etc.

Un buen clima o un mal clima organizacional, tendrá consecuencias para la organización a nivel positivo y negativo, definidas por la percepción que los miembros tienen de la organización. Entre las consecuencias positivas, podemos nombrar las siguientes: logro, afiliación, poder, productividad, baja rotación, satisfacción, adaptación, innovación, etc. Entre las consecuencias negativas, podemos señalar las siguientes: inadaptación, alta rotación, ausentismo, poca innovación, baja productividad, etc.

Se entiende como Cultura Organizacional la forma característica de pensar y hacer las cosas en una organización, producto de las interacciones del pasado y presente para adaptarse a circunstancias del entorno. También es el conjunto de valores, creencias y entendimientos importantes que los integrantes de una organización tienen en común.

Se refiere a un sistema de significados compartidos por una gran parte de los miembros de una organización que distinguen de una organización a otras.

Al hablar de cultura organizacional nos referimos a una cultura dominante que en gran parte de las organizaciones existen. Si no existe esta cultura dominante, el valor de la cultura organizacional como variable independiente disminuye ya que no existe una interpretación uniforme de la conducta considerada como aceptable o inaceptable.

Según Kolb (2001)¹⁴ una serie de investigaciones reportan en materia de comportamiento organizacional, la relevancia de variables como liderazgo, motivación y clima laboral. En síntesis el Clima Organizacional es determinante en la forma que toma una organización, en las decisiones que en el interior de ella se ejecutan o en las relaciones dentro y fuera de la organización.

2.2.2. TIPOS DE CLIMA ORGANIZACIONAL

Como ya se indicó el Clima Organizacional se refiere a las características del medio ambiente de trabajo. Estas características son percibidas, directa o indirectamente por los trabajadores y causan repercusiones en el comportamiento laboral. Las características de la organización son relativamente estables en el tiempo, se diferencian de una organización a otra y de una sección a otra dentro de una misma organización. El Clima Organizacional afecta el comportamiento y la percepción del individuo tanto dentro de la misma organización como en el cambio de una organización a otra.

Barroso¹⁵ distingue los siguientes tipos de Climas existentes en las organizaciones:

- 1. Clima tipo Autoritario - Explotador:** La dirección no tiene confianza en sus empleados, la mayor parte de las decisiones y de los objetivos se toman en la cima de la organización y se distribuyen según una función puramente descendente. Los empleados tienen que trabajar dentro de una atmósfera de miedo, de castigos, de amenazas, ocasionalmente de recompensas; este tipo de clima parece ser estable, estructurado y sus necesidades sociales parecen estar cubiertas, en la medida que se respeten las reglas del juego establecidas. La comunicación no existe con los empleados solo existe para acatar órdenes e instrucciones específicas.
- 2. Clima tipo Autoritario – Paternalista:** Es aquel en que la dirección tiene confianza condescendiente en sus empleados, como la de un amo con su siervo. La mayor parte de las decisiones se toman en la cima, pero algunas se toman en los escalones inferiores. Bajo este tipo de Clima, la dirección juega mucho con las necesidades sociales de sus empleados que tienen, sin embargo da la impresión de trabajar dentro de un ambiente estable y estructurado.
- 3. Clima tipo Participativo - Consultivo:** Es aquel donde las decisiones se toman generalmente en la cima pero se permite a los subordinados que tomen decisiones más específicas en los niveles inferiores. Por lo general la dirección de los subordinados tiene confianza en sus empleados, la comunicación es de tipo descendente, las recompensas, los castigos ocasionales, se trata de satisfacer las necesidades de prestigio y de estima.

- 4. Clima tipo Participativo – Grupal:** Es aquel donde los procesos de toma de decisiones están diseminados en toda la organización y muy bien integrados a cada uno de los niveles. La dirección tiene plena confianza en sus empleados, las relaciones entre la dirección y el personal son mejores, la comunicación no se hace solamente de manera ascendente o descendente, sino también de forma lateral, los empleados están motivados por la participación y la implicación, por el establecimiento de objetivos de rendimiento, existe una relación de amistad y confianza entre los superiores y los subordinados.

2.2.3. DIMENSIONES DEL CLIMA ORGANIZACIONAL

Litwin y Stinger, postulan la existencia de nueve dimensiones que explicarían el clima existente en una determinada institución o empresa. Cada una de estas dimensiones se relaciona con ciertas propiedades de la organización, tales como:

- 1. Estructura:** Representa la percepción que tiene los miembros de la organización acerca de la cantidad de reglas, procedimientos, trámites y otras limitaciones a que se ven enfrentados en el desarrollo de su trabajo.
- 2. Responsabilidad:** Sentimiento de los miembros de la organización acerca de su autonomía en la toma de decisiones relacionadas a su trabajo. Es la medida en que la supervisión que reciben es de tipo general y no estrecha, es decir, el sentimiento de ser su propio jefe y no tener doble control de su trabajo.
- 3. Recompensa:** Corresponde a la percepción de los miembros sobre la adecuación de la recompensa recibida por el trabajo bien hecho. Es la medida en que la organización utiliza más el premio que el castigo.

- 4. Desafío:** Corresponde al sentimiento que tienen los miembros de la organización acerca de los desafíos que impone el trabajo. Es la medida en que la organización promueve la aceptación de riesgos calculados a fin de lograr los objetivos propuestos.

- 5. Relaciones:** Es la percepción por parte de los miembros de la empresa acerca de la existencia de un ambiente de trabajo grato y de buenas relaciones sociales tanto entre pares como entre jefes y subordinados.

- 6. Cooperación:** Sentimiento de los miembros de la empresa sobre la existencia de un espíritu de ayuda de parte de los directivos, y de otros empleados del grupo. El énfasis está puesto en el apoyo mutuo, tanto de niveles superiores como inferiores.

- 7. Estándares:** Percepción de los miembros acerca del énfasis que pone las organizaciones sobre las normas de rendimiento.

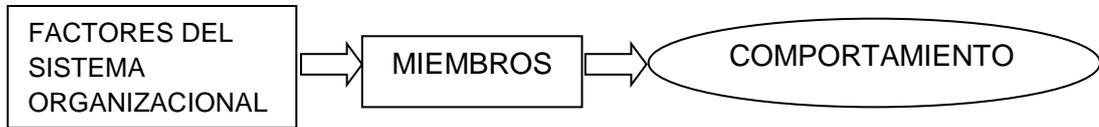
- 8. Conflictos:** Implica el grado en que los miembros de la organización, tanto inferiores como superiores, aceptan las opiniones discrepantes y no temen enfrentar y solucionar los problemas tan pronto surjan.

- 9. Identidad:** Sentimiento de pertenencia a la organización y que se es un elemento importante y valioso dentro del grupo de trabajo. En general, es la sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización.

Al respecto cabe precisar que, de los diversos enfoques sobre el concepto de Clima Organizacional, el que ha demostrado mayor utilidad es el que utiliza como elemento fundamental las percepciones que el trabajador tiene de las estructuras y procesos que ocurren en su medio laboral

Gráfica 1.- Caracterización del Clima Organizacional

Fuente:



Fuente: Kolb, D., Rubin, I. y McIntyre, J. (2001) Psicología de las Organizaciones

La especial importancia de este enfoque reside en el hecho de que considera que el comportamiento de un trabajador no es una resultante mecánica de los factores organizacionales existentes, sino que depende de las percepciones que tenga el trabajador de estos factores.

Los factores y estructuras del sistema organizacional dan lugar a un determinado clima, en función a las percepciones de los miembros. Este clima resultante induce determinados comportamientos en los individuos.

En base a las consideraciones precedentes podríamos llegar a la siguiente definición de Clima Organizacional:

“El Clima Organizacional es un fenómeno interviniente que media entre los factores del sistema organizacional y las tendencias motivacionales que se traducen en un comportamiento que tiene consecuencias sobre la organización (productividad, satisfacción, rotación, etc.)”.

El Clima Organizacional es un filtro por el cual pasan los fenómenos objetivos (estructura, liderazgo, toma de decisiones), por lo tanto, evaluando el Clima Organizacional se mide la forma como es percibida la organización. Las características del sistema organizacional generan un determinado Clima Organizacional.

Este repercute sobre las motivaciones de los miembros de la organización y sobre su correspondiente comportamiento. Este comportamiento tiene obviamente una gran variedad de consecuencias para la organización como, por ejemplo, productividad, satisfacción, rotación, adaptación, etc. La importancia de esta información se basa en la comprobación de que el Clima Organizacional influye en el comportamiento manifiesto de los miembros, a través de percepciones estabilizadas que filtran la realidad y condicionan los niveles de motivación laboral y rendimiento profesional entre otros.

2.2.4. CARACTERÍSTICAS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL

El clima organizacional implica una referencia constante de los miembros respecto a su estar en la organización. Esto significa que el clima organizacional es una auto-reflexión de los miembros de la organización acerca de su vinculación entre sí y con el sistema organizacional¹⁶. El clima organizacional tiene las siguientes características:

- i. Hace referencia con la situación en que tiene lugar el trabajo de la organización.
- ii. Tiene una cierta permanencia, a pesar de experimentar cambios por situaciones coyunturales. Esto significa que se puede contar con una cierta estabilidad en el clima de una organización, con cambios relativamente graduales, pero esta estabilidad puede sufrir perturbaciones de importancia derivadas de decisiones que afecten en forma relevante el devenir organizacional.
- iii. Tiene un fuerte impacto sobre los comportamientos de los miembros de la empresa. Un clima malo, por otra parte, hará extremadamente difícil la conducción de la organización y la coordinación de las labores.

- iv. Afecta el grado de compromiso e identificación de los miembros de la organización. Una organización con un buen clima tiene una alta probabilidad de conseguir un nivel significativo de identificación de sus miembros.
- v. Es afectado por los comportamientos y actitudes de los miembros de la organización. En otras palabras, un individuo puede ver cómo el clima de su organización es grato y sin darse cuenta contribuye con su propio comportamiento a que este clima sea agradable; en el caso contrario, a menudo sucede que personas pertenecientes a una organización hacen amargas críticas al clima de sus organizaciones, sin percibir que con sus actitudes negativas están configurando este clima de insatisfacción y descontento.
- vi. Es afectado por diferentes variables estructurales, como estilo de dirección, políticas y planes de gestión, sistemas de contratación y despidos, etc. Estas variables, a su vez, pueden ser también afectadas por el clima. Por ejemplo, un estilo de gestión muy autoritario, con exceso de control y falta de confianza en los subordinados puede llevar a un clima laboral tenso, de desconfianza y con actitudes escapistas e irresponsables de parte de los subordinados, lo que conducirá a un refuerzo del estilo controlador, autoritario y desconfiado de la organización.
- vii. Este es un círculo vicioso del que resulta difícil salir, porque el clima y el estilo de dirección se esfuerzan mutuamente en una escalada que cuesta romper.
- viii. El ausentismo y la rotación excesiva puede ser indicaciones de un mal clima laboral. Algo semejante ocurre con la insatisfacción laboral desmejorado.

- ix. En estrecha conexión con lo anterior, es necesario señalar que el cambio en el clima organizacional es siempre posible, pero que se requiere de cambios en más de una variable para que el cambio sea duradero

2.2.5. MEDICIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL

Montalbán¹⁷ indica que aunque en condiciones de normalidad suele ser suficiente con una evaluación más o menos intuitiva e informal del clima organizacional, cuando se evidencian problemas importantes es conveniente hacer un estudio profesional del mismo. Las dos técnicas principales que se suelen utilizar son los “Focus Groups” (grupos de conversación focalizada) y las encuestas de clima. Ambas técnicas deben ser aplicadas.

Previamente es conveniente realizar los siguientes procedimientos:

1. Realizar una evaluación preliminar del clima organizacional (identificación, motivación, integración, etc.) recurriendo a su propio criterio y consultando al equipo de gerentes y a personal clave de la institución.
2. Si la evaluación preliminar del clima organizacional identifica que sus características son adecuadas o que los problemas que no son críticos, seguramente no necesita realizar un estudio profesional del mismo. Sin embargo, debe mantenerse vigilante.
3. Si la evaluación preliminar del clima organizacional identifica problemas críticos, considere la conveniencia de realizar un estudio del mismo para conocerlo con mayor precisión.

4. Una vez realizado el estudio de clima organizacional, identifique las áreas que deben ser mejoradas y diseñe un plan integral de acción y seguimiento, con la ayuda de especialistas.

Garcés¹⁸ señala que para el buen funcionamiento de una empresa, todos están de acuerdo que es fundamental el Recurso Humano. Pero poco aporta un empleado frustrado, o que tenga resentimiento contra su jefe o la empresa. Un estudio de clima organizacional o laboral permite conocer el estado de la empresa en cuanto a aspectos organizacionales, ambiente de trabajo, la cultura, estado de ánimo, y factores similares que pueden influir en el desempeño de su personal.

Un estudio de este tipo consiste básicamente de una o varias encuesta(s), que son distribuidas entre los empleados de la empresa o departamento que se desea consultar. Cualquiera sea la forma mediante la cual se aplique, un elemento debe permanecer constante para el éxito del estudio: la confidencialidad. Si no se le garantiza al empleado que sus respuestas serán confidenciales, y que estas no pueden ser asociadas con su identidad en otras palabras, que sus supervisores no puedan conocer sus respuestas específicas, sino los resultados globales; difícilmente podremos confiar en que exprese su verdadera opinión, por temor a algún tipo de consecuencia.

2.2.6 CONCEPTO GENERAL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.

Harris¹⁹ señala que en los Estados Unidos las compañías han aprendido que buscar la satisfacción del cliente es buen negocio. La Satisfacción del Cliente es parte vital del sistema de competencia en el mercado. Aunque en un sistema de libre competencia los clientes buscan la buena calidad a los mejores precios, como se dice en círculos de negocios "la satisfacción de los precios baratos se olvida mucho más rápido que un mal servicio durante y después de la compra". Hay que tener presente que una parte fundamental de las franquicias que vienen de los Estados Unidos es el entrenamiento de los empleados, para que aprendan a sonreír y prestar la atención cordial y debida al cliente.

La satisfacción del cliente es uno de los principios básicos de las buenas compañías de los Estados Unidos. "Satisfacción garantizada o le devolvemos el dinero". Es una promesa difícil, aventurada, pero miles de negocios crecen y sobreviven en los Estados Unidos en base a esta promesa. Quizás hayan abusos aquí y allá, pero el cliente aprende a confiar en esa compañía y termina volviendo a comprar en el mismo lugar.

La experiencia de un buen servicio depende de canalizar correctamente las expectativas del cliente y, a la vez, de brindar una prestación adecuada. Un servicio se podrá considerar exitoso cuando el usuario tenga una percepción del servicio recibido que sea superior a la expectativa que éste tenía antes.

Es importante conocer el valor que tiene un servicio para el cliente y a qué atributo el cliente le otorga más valor. Para estos fines puede ser útil el siguiente esquema de valoración:

Valor según el cliente:

Valor Valor Valor Valor
Económico + Funcional + Percepcional + Evaluativo

Donde tenemos que:

- **V. Económico:** Valor económico que le da el cliente al servicio recibido.
- **V. Funcional:** Utilidad y nivel de conveniencia ante su uso.
- **V. Percepcional:** Percepción e interpretación psicológica del servicio.
- **V. Evaluativo:** Valoración del servicio según factores sociológicos (status, roles sociales, a nivel comunidad, etc.).

Por lo tanto, el atributo de decisión: costo/precio resulta incompleto. Es más importante establecer cuál de los elementos de Valor aprecia más el cliente para con ello poner nuestros mejores esfuerzos en este factor. Sin embargo, debe quedar claro, que el valor final será la evaluación conjunta de la combinación de los cuatro factores antes aludidos.

Respecto de los principales factores y dimensiones del servicio puede señalarse que el servicio se puede clasificar según distintos factores que marcan diferencias importantes entre sí. Por ello, es necesario evaluar las dimensiones más resaltantes que las caracterizan para poder dedicarse a su desarrollo. En este sentido, podemos plantear las diferentes dimensiones posibles en los servicios:

1. Monetaria: La dimensión monetaria se refiere no sólo al precio sino también al margen y al flujo de caja, tanto para el cliente como para el prestatario.
2. Tiempo: La dimensión del tiempo se refiere a los aspectos operativos, las colas de espera, los tiempos de respuesta, demoras, entre otros.

3. **Adaptabilidad:** La adaptabilidad se refiere a la capacidad de adaptación de la organización para atender las necesidades particulares del cliente.
4. **Predictibilidad:** La predictibilidad es el grado de consistencia, uniformidad, y rangos definidos de variabilidad en la prestación del servicio.
5. **Innovación:** La innovación se refiere a las habilidades del prestatario para desarrollar servicios, para mejorar las operaciones, y cambiar el estado de cosas influyendo en el entorno.
6. **Accesibilidad:** La accesibilidad implica la facilidad, visibilidad, comodidad y calidad de acceso al servicio que uno desea.
7. **Acción de personas:** La acción de las personas se refiere a la relación interpersonal entre dos o más individuos - trato, empatía, atención, etc.
8. **Ambiental:** El tema ambiental es la dimensión relacionada con las instalaciones, ambiente físico y otros circundantes al servicio principal.
9. **Seguridad:** La seguridad para el cliente y para el prestatario, se ve fortalecida gracias a garantías y mecanismos de reflujos que reducen la intangibilidad e incertidumbre de algún servicio.

2.2.7. PRINCIPIOS DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Franco²⁰ acerca de cómo funciona la satisfacción del cliente, señala que: “la satisfacción del cliente es un proceso estándar: 1) Se escucha al cliente a través de diversos procedimientos; 2) Se actúa rápidamente, en concordancia a lo escuchado”.

¿Cómo escuchar a los clientes y volvernos a comunicar? El cliente es el número 1; los escuchamos de 2 formas: por solicitud, para que nos den sus opiniones o simplemente vienen y nos dan sus quejas o reclamos. También existen las encuestas. Las encuestas nos permiten saber qué tan satisfecho está el cliente con el servicio recibido, el precio, el servicio, etc. Franco²⁰ señala que; para que exista satisfacción de los clientes existen 4 principios básicos que son:

1.-Satisfacción del Cliente = Percepciones Expectativas (SP=PE).

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

Especificaciones:

- ✓ Es necesario exceder sus expectativas, no simplemente igualarlos.
- ✓ Ante el líder del mercado, los pacientes no aceptan rebajar sus expectativas.
- ✓ ¿Cómo manejar las expectativas de los clientes? Conociendo y afectando sus causas: comentarios informales (referencias de otros clientes, amigos etc.), necesidades personales, experiencias pasadas y comunicaciones externas (fuerza de ventas, publicidad, folletos, etc.)

- ✓ ¿Cómo manejar las percepciones de los clientes? Conociendo y afectando sus dimensiones: tangibles, confiabilidad, respuesta, habilidades, cortesía, credibilidad, seguridad, acceso, comunicación y comprensión.

2.-Queja + Solución rápida = Incrementa satisfacción.

Especificaciones:

- ✓ Capacidad de resolver rápidamente los problemas; es un factor de éxito. Las más tristes de las quejas me ayudarán a mejorar.
- ✓ Por cada queja que conocemos hay otras 24 que nunca nos llegan. Aquellos que no se quejan ante la empresa; pero si le narran el problema a otras 4 o más personas.
- ✓ Captar una queja del cliente es uno de los mejores regalos que podemos recibir de él. La queja nos da la posibilidad de enterarnos de aspectos o situaciones que generan malestar o desagrado en nuestros clientes y nos da la posibilidad de mejorar y superar esa situación.
- ✓ Las expresiones de quejas de los clientes siempre suponen información valiosa sobre lo que no estamos haciendo bien y el tratamiento de las mismas nos facilitará la identificación de áreas o situaciones problemáticas, lo que permitirá desarrollar una estrategia para detectar, corregir y prevenir errores.
- ✓ La queja o reclamo es la última oportunidad que el cliente nos concede antes de abandonarnos para siempre y de convertirse, además, en alguien que no será precisamente un buen difusor de nuestros servicios. Si el cliente reclama a la organización, es que todavía confía en ella.

- ✓ El reclamo tiene una indudable importancia estratégica. No sólo basta con escuchar la queja sino que luego hay que tratarla y solucionarla. Si hay que resolver una queja se debe actuar con rapidez.

Si caemos en la cuenta de la importancia que tiene la queja como oportunidad para superarnos, debemos:

- a. Habilitar un canal de comunicación para que los clientes puedan expresarse, manifestar su desagrado, y que encuentren la vía necesaria para hacerlo en la empresa. De no ser así, estadísticamente está comprobado que un cliente insatisfecho comenta su insatisfacción con hasta 10 personas en promedio, lo cual genera un efecto totalmente adverso al que esperamos.
- b. Gerencia el tratamiento de la solución de la queja: Si logramos que el cliente se queje en la empresa y no con otras personas, resulta fundamental atender eficientemente ese reclamo y solucionarle el problema o reparar la situación. De esa atención dependerá transformar su insatisfacción en satisfacción, y lograremos retener y, más aún, fidelizar a ese cliente que de otra manera hubiéramos perdido

Hay que considerar que conseguir un cliente nuevo cuesta cinco veces más que retener al actual y, según Tom Peters, reemplazar U\$S 1 de un cliente perdido cuesta U\$S 10.

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

El reclamo no debe ser tomado como una ofensa. Es más, se debe estimular la queja como una herramienta de retención de clientes.

3.-Cliente muy satisfecho = cliente fiel, hacemos satisfacción de los clientes porque queremos que nos visiten hoy, mañana y así sucesivamente.

Especificaciones:

- ✓ Ir detrás de clientes muy satisfechos porque estos son los que recomendarán la clínica a los demás, ya que de los simplemente satisfechos, sólo el 60% volverá a y el resto se irá a la competencia. Lo que se busca con este punto es la lealtad de los clientes y la búsqueda de los mismos. ¿Por qué el cliente se va a la competencia? Un estudio nos muestra que los clientes se van a nuestra competencia por mal servicio esto representa un porcentaje de 68%, precio muy alto 15%.

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

Especificaciones:

- ✓ La satisfacción del cliente es lo primero.
- ✓ Es el primer principio de calidad
- ✓ "Es el cliente quien paga nuestros servicios. El Jefe sólo los administra.

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

2.2.8. ATENCIÓN AL CLIENTE, DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS.

Martínez²¹El proceso de gestión de la atención al cliente como un conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a satisfacer las necesidades de los clientes e identificar sus expectativas actuales, que con una alta probabilidad serán sus necesidades futuras, a fin de poder satisfacerlas llegado el momento oportuno.

A continuación se plantea lo que se considera el decálogo de la atención al cliente. Cumpliéndolo a cabalidad se pueden lograr altos estándares de calidad en el servicio al cliente.

- ✓ El cliente por encima de todo: Es la razón de ser de nuestro servicio .No hay nada imposible cuando se quiere: A pesar de que muchas veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, con un poco de esfuerzo, inteligencia y deseos de atenderlo adecuadamente, se puede lograr lo que él desea.
- ✓ Cumplir todo lo que prometas: Son muchas las empresas que tratan, a partir de engaños, de efectuar ventas o retener clientes. Pero, ¿Qué pasa cuando el cliente se da cuenta? Son las ventas de un día y con ello el cliente de un día que por otra parte difundirá una mala imagen de la misma.
- ✓ Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle lo que espera: El cliente se siente satisfecho cuando recibe lo que espera, y esto se logra conociéndolo bien y enfocándonos en sus necesidades y expectativas.
- ✓ Para el cliente, tú marcas la diferencia: Las personas que tienen contacto directo con los clientes tienen una gran responsabilidad, pueden hacer que un cliente regrese o que jamás quiera volver, ellos hacen la diferencia. Puede que todo funcione a las mil maravillas, pero si la

persona que está frente al cliente falla, probablemente la imagen que el cliente se lleve de todo el negocio será deficiente.

- ✓ Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos: Los empleados propios son el primer cliente de una empresa (clientes internos). Si no se les satisface a ellos, como pretender satisfacer a los clientes externos. Las políticas de recursos humanos deben ir a la par de las estrategias de marketing.
- ✓ El juicio sobre la calidad del servicio lo hace el cliente: Aunque existan indicadores de gestión elaborados dentro de la empresa para medir la calidad del servicio, la realidad es que son los clientes quienes, en su mente y su sentir, hacen su valoración. Si la calidad les satisface regresan y si no lo es no regresan.
- ✓ Por muy bueno que sea el servicio, siempre se puede mejorar: Aunque se hayan alcanzado las metas propuestas en el servicio y satisfacción del cliente, es necesario plantearse nuevos objetivos, “la competencia no da tregua”.
- ✓ Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo: Los equipos de trabajo no solo deben funcionar para detectar fallas o para plantear soluciones y estrategias. Cuando así se requiera, todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del cliente, trátase de una queja, de una petición o de cualquier otro asunto. La atención al cliente es una herramienta estratégica de marketing, orientada a que los errores sean mínimos y se pierda el menor número de clientes posibles, lo cual se convierte en un sistema de mejora continua en la empresa orientada a mejorar la calidad de servicio.

a) características importantes al brindar un servicio de atención al cliente.

Martínez (2007) explica que las características para brindar un servicio de atención al cliente son las siguientes:

- ✓ La labor debe ser empresarial con espíritu de servicio eficiente, sin desgano y cortesía.
- ✓ La empresa debe tener conocimiento de las necesidades y expectativas del cliente. Es muy necesario conocer a las necesidades de los diferentes segmentos de clientes para poder satisfacer sus expectativas.
- ✓ Flexibilidad y mejora continúa ya que las empresas han de estar preparadas para adaptarse a posibles cambios del sector y a las necesidades crecientes de los clientes. Por ello el personal que está en contacto con el cliente ha de tener la información y capacitación adecuadas para tomar decisiones y satisfacer las necesidades de los clientes incluso en los casos más inverosímiles.
- ✓ Plantearse la fidelización como objetivo fundamental en la atención al cliente.
- ✓ La Empresa debe formular estrategias que le permitan alcanzar nuevos objetivos y distinguirse dentro de sus competidores.

b) Componentes básicos para brindar un buen servicio de atención al cliente.

1. Accesibilidad: Los clientes deben tener la posibilidad de contactar fácilmente con la empresa.

2. Capacidad de respuesta: Dar un servicio eficiente sin tiempos muertos ni esperas injustificadas.
3. Cortesía: Durante la prestación de servicio el personal debe ser atento, respetuoso y amable con los clientes.
4. Credibilidad: El personal en contacto con el público debe proyectar una imagen de veracidad que elimine cualquier indicio de duda en los clientes.
5. Fiabilidad: Capacidad de ejecutar el servicio que prometen sin errores.
6. Seguridad: Brindar los conocimientos y la capacidad de los empleados para brindar confianza y confidencia.
7. Profesionalidad: La prestación de servicios debe ser realizada por personal debidamente calificado.
8. Empatía: Brindar atención individualizada y cuidadosa al cliente.

c) Los beneficios al brindar una adecuada atención al cliente, son los siguientes.

- Mayor lealtad de los clientes.
- Mayor nivel de satisfacción.
- Más clientes nuevos captados a través de la comunicación boca a boca, las referencias de los clientes satisfechos.
- Menores gastos en actividades de marketing (publicidad, promoción de ventas y similares): las empresas que ofrecen baja calidad se ven

obligadas a hacer mayores inversiones en marketing para “reponer” los clientes que pierden continuamente.

- Menos quejas y reclamaciones y, en consecuencia, menores gastos ocasionados por su gestión.
- Mejor imagen y reputación de la empresa.
- Un mejor clima de trabajo interno, ya que los empleados no están presionados por las continuas quejas de los clientes.
- Mejores relaciones internas entre el personal ya que todos trabajan, unificados, hacia un mismo fin.
- Menos quejas y ausentismo por parte del personal (más alta productividad).
- Una mayor participación en el mercado.

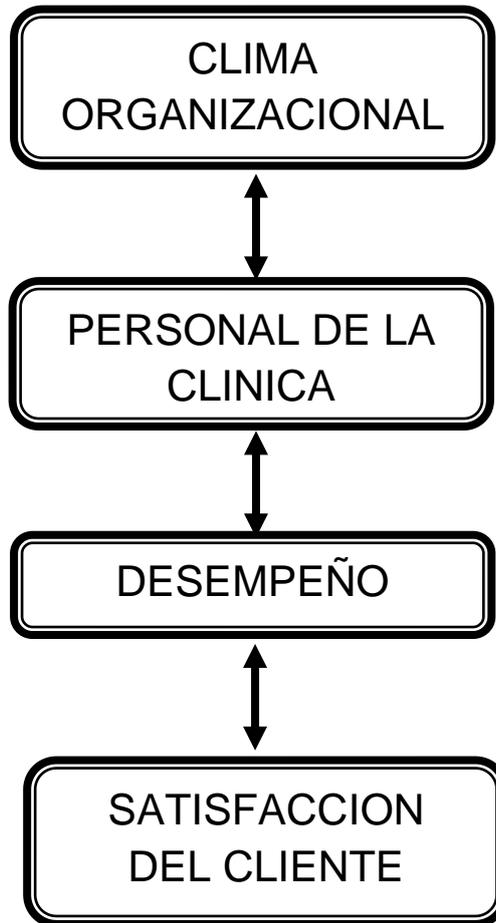
Es importante señalar que todos estos beneficios anteriores han sido debidamente comprobados y demostrados mediante estudios e investigaciones formales, en algunos casos a nivel mundial.

Por todo lo anteriormente señalado podemos afirmar que la mejora continua de la atención al cliente es un medio para lograr la fidelización de los clientes a la empresa. Se trata en realidad de un imperativo ineludible para toda empresa, grande o pequeña, que pretenda seguir progresando y avanzando en los mercados altamente competitivos de hoy en día.

La competitividad de las empresas depende hoy en día de su capacidad para captar y fidelizar una base de clientes lo suficientemente amplia para generar los ingresos que le van a permitir cubrir sus costos e invertir en su propio desarrollo y progreso y en el de todos aquellos que forman parte de ellas.

2.3 MAPA CONCEPTUAL

Grafica 2.- Mapa Conceptual



Fuente: Elaboración propia

2.4 DEFINICIONES CONCEPTUALES

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

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

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

2.4.4 EFICACIA ADMINISTRATIVA: Funcionalidad del proceso administrativo en términos de rendimiento administrativo y sus dimensiones básicas.

2.4.5 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE: Valoración personal que el cliente otorga al producto o servicio recibido.

2.4.6 CALIDAD DEL SERVICIO: Calidad es el servicio; cómo se le da al cliente. Calidad es la parte del diseño y desarrollo del producto y servicio es como se entrega esa calidad. El componente del servicio es intangible y puede ser expresado de distintas formas, ahorro en tiempo, trato personalizado, la seguridad de una marca, el ambiente de un lugar, etc.

2.4.7 CLIENTE: Quien recibe servicio. Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa, especialmente la que lo hace regularmente.

2.4.8 ENTORNO INSTITUCIONAL: Esta noción se define como el conjunto de relaciones establecidas entre las instituciones y otros factores sociales (educativos, religiosos, políticos, comunitarios, etc.). El modo en que cada institución se relaciona con su entorno muestra cosas muy interesantes. Por un lado, permite observar de qué manera se diferencia de otras organizaciones, es decir la identidad cultural de la institución (fines, espíritu, etc.).

2.4.9 TOMA DE DECISIONES: Este concepto se define como el ámbito y la modalidad en las cuales una organización sopesa entre diferentes alternativas y elige una de ellas. La variable "toma de decisiones" incluye tres preguntas relacionadas: qué, cómo y quiénes deciden. Así podemos encontrar organizaciones con estructuras de decisión más verticales que otras y seguramente esto tendrá resultados diferenciales..

2.4.10 PERCEPCIÓN DE PROBLEMAS: Esta última variable intenta reflejar la forma en que las autoridades de la institución perciben los principales problemas que los preocupan. Estas percepciones nos permiten saber qué orden de prioridades y obstáculos forman parte de cada institución.

CAPITULO III

VARIABLES DE LA INVESTIGACION

3.1. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

3.1.1 Variables Independientes.

- **Clima Organizacional**

En este punto nos enfocamos en el clima organizacional de los trabajadores de la clínica estomatológica de la universidad Alas Peruanas. El clima organizacional es la percepción que los trabajadores se forman de la organización a la que pertenecen y la que influye directamente en sus desempeños.

- **Satisfacción del Cliente**

En este punto nos enfocamos en la satisfacción del cliente (alumnos) de la universidad alas peruanas en la atención recibida en cada una de las áreas. Es la valoración personal que le otorga cada cliente al servicio recibido.

3.2 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

“CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE”

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR	NIVEL DE MEDICION	ESCALA DE MEDICION	CATEGORÍA	INSTRUMENTO
CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCION DEL CLIENTE	Trabajadores de la Clínica estomatológica de la Universidad Alas Peruanas.	-Siempre -Casi siempre -Algunas veces -Muy pocas veces -Nunca	Cualitativa	Intervalo	0-200 puntos	Encuesta validada por EDCO
	Satisfacción de los clientes de la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas	-Muy Insatisfecho -Insatisfecho -Indiferente -Satisfecho -Muy satisfecho	Cualitativa	Intervalo	Desde 0-25puntos 1; 2; 3; 4; 5 Dónde: 1.- Muy Insatisfecho 2.-Insatisfecho 3.-Indiferente 4.- satisfecho 5. Muy satisfecho	Encuesta tipo Likert. Validada por criterio de jueces

CAPITULO IV

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

4.1 Diseño de la investigación

La investigación responde a un diseño **No experimental**

4.2 Tipo de investigación

Por la asignación de factores de estudio es de tipo **observacional** porque analiza la distribución de los eventos sin manipular los factores que pueden influenciarlos.

De acuerdo a su secuencia temporal fue **transversal**, debido a que se realizó la medición de la variable en un punto específico de tiempo.

Prospectivo debido a que los datos necesarios para el estudio son recogidos a propósito de la investigación (datos primarios).

4.3 Nivel de investigación

De acuerdo a su finalidad es **Descriptivo**, pues se limita a observar, anotar e interpretar los resultados a partir de la obtención de datos de las encuestas.

4.4 Método de Investigación

Descriptivo: Porque se limita a observar a interpretar los resultados de las encuestas.

Estadístico: Para procesar, analizar y presentar los datos recogidos de la muestra en estudio.

Síntesis: De tal manera que se formulen, las conclusiones.

4.5 Procedimiento de la investigación

Se realizara encuestas a los trabajadores y clientes (Alumnos) de la clínica estomatología de la Universidad Alas Peruanas – Filial Huacho: en el periodo de Marzo-Agosto 2016 para evaluar el clima organizacional y la satisfacción del cliente.

- Los trabajadores son los que están en cada una de las áreas de la clínica estomatológica
- Los clientes son los alumnos que pertenecen a la clínica estomatológica.

4.6 Población y Muestra de la Investigación

4.6.1 Población

La población estuvo conformada por 50 personas entre el personal y clientes (alumnos) de la clínica estomatología de la Universidad Alas Peruanas – Filial-Huacho; en el periodo de Marzo-Agosto 2016.

4.6.2 Muestra

La muestra de la investigación estuvo conformada por 40 personas entre trabajadores y clientes (alumnos) de la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho en el periodo de Marzo- Agosto 2016.

El tipo de muestreo aplicado fue el “criterial” u “opinático” en el cual el investigador selecciona su muestra de acuerdo a los objetivos de la investigación.

4.6.3 Selección de la muestra

La selección de muestreo será no probabilístico por conveniencia. Así en la investigación estuvo conformada por 40 personas entre trabajadores y clientes (alumnos). De los cuales 06 Trabajadores de la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho se les aplicó la Escala de Clima Organizacional y a los 34 clientes de la clínica estomatológica se les aplicó el Cuestionario de Satisfacción del Cliente, durante el periodo de Marzo-Agosto 2016. Para obtener la muestra.

4.6.4 Criterios de inclusión:

Personal de la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas
Clientes (alumnos) que forman parte Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho en el periodo de Marzo- Agosto 2016.

4.6.5 Criterios de exclusión:

Personas que no conforman parte de la clínica estomatológica de la universidad las peruanas filial-huacho en el periodo de Marzo- Agosto 2016.

4.7 Técnicas e instrumentos de la recolección de datos, validez y confiabilidad.

4.7.1 Técnicas

Encuesta: El cuestionario se aplicará de manera escrita bajo supervisión en caso de dudas por parte del estudiante.

4.7.2 Instrumento

Mediante el uso de un cuestionario estructurado con preguntas objetivas. Para la variable a) clima organizacional y la satisfacción del cliente se utilizó el método de observación. Las encuestas se realizaron en los ambientes de la Universidad Alas Peruanas garantizando la confidencialidad y anonimato de la misma.

Se procedió a dar las indicaciones generales antes de que el sujeto inicie el desarrollo de la misma. Los cuestionarios estuvieron precedidos por indicaciones en las que se animó a leer con atención y responder de manera exhaustiva y sincera las preguntas que se formularon.

Se señaló, así mismo, que los datos obtenidos se registrarían de manera anónima según las disposiciones de protección de datos.

Propósito: Con el estudio del clima organizacional y satisfacción de cliente en la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho en el periodo de Marzo- Agosto 2016. Se pretende identificar un parámetro a nivel general sobre la percepción que los individuos tienen dentro de la organización y la organización sobre ellos. Adicionalmente proporcionar retroinformación acerca de los procesos que determinan los comportamientos organizacionales, permitiendo introducir cambios planificados tanto en las actitudes y conductas de los miembros, como en la estructura organizacional.

Se realizara la medición mediante:

a) Escala de Clima Organizacional

Escala de Clima Organizacional (EDCO)

Ficha técnica del instrumento

Significación: una puntuación se considera alta baja según el número de ítems o afirmaciones. La puntuación mínima posible es de 40 y la máxima es de 200. (ANEXO 2)

Un puntaje alto indica una alta frecuencia, relacionado con un buen clima organizacional y un puntaje bajo indica una baja frecuencia, relacionado con problemas dentro de la organización.

Grupo de referencia (población destinataria): la EDCO va dirigida a personal de la universidad.

Extensión: la prueba consta de 40 ítems. El tiempo de duración para desarrollar la prueba es de 40 minutos.

Material a utilizar: un computador y programa SPSS versión 19 para introducir los datos y Microsoft Excel 2010

Escalas: para determinar si el clima organizacional puntúa entre alto, medio o bajo se realizará de la siguiente forma: entre el puntaje mínimo y 135 el máximo posible (40 y 200) se establecen 3 intervalos de igual tamaño dividiendo la diferencia de los dos puntajes entre 3 y a partir del puntaje mínimo se suma el resultado obtenido así:

o Bajo: De 40 a 93 puntos.

o Promedio: De 94 a 147 puntos

o Alto: Puntajes entre 148 y 200.

Instrucciones de aplicación

El examinador. Debe conocer las características del grupo al cual va dirigida la prueba. Leer el instructivo y la prueba en su totalidad. Debe tener en cuenta a qué tipo de personas va dirigida la prueba específicamente. Antes de aplicar la prueba el experimentador debe conocer el lugar donde se va a aplicar. (ANEXO3)

b) Cuestionario de Satisfacción del Cliente

Es un cuestionario tipo Likert que comprende los siguientes ítems:

1. Satisfacción con el Área de Administración
2. Satisfacción con el Área de Proveeduría
3. Satisfacción con el Área de Historias de Clínicas
4. Satisfacción con el Área de Materiales de Esterilización
5. Satisfacción con el Área Técnica de Mantenimiento

Dispone de cinco alternativas de respuesta:

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Indiferente	Satisfecho	Muy Satisfecho
------------------	--------------	-------------	------------	----------------

En respuesta se utiliza un formato Likert que presenta 5 opciones: muy insatisfecho, insatisfecho, indiferente, satisfecho, Muy satisfecho. La calificación fluctúa entre 1 a 5 puntos siguiendo la escala de respuesta mencionada, en donde 1 representa la opción “Muy insatisfecho” y 5 “Muy satisfecho”. Se considera como criterio de evaluación que a mayor puntuación, se tendrá una mejor percepción del ambiente laboral, mientras que menores puntuaciones indican un clima organizacional adverso.

El procesamiento de la información se realizó haciendo uso de una computadora I Core 7, utilizando Windows 8, con el siguiente software: Procesador de texto Microsoft Word 2010

- Microsoft Excel 2010
- Paquete estadístico IBM SPSS versión 19.

Puede ser aplicado de manera individual o grupal. Su tiempo de aplicación no demanda más de 5 minutos.

Su validez fue establecida mediante “criterio de jueces” y su confiabilidad fue comprobada mediante la Prueba Alfa de Cronbach (Coeficiente 0,92); por lo que se puede considerar que el instrumento es confiable.

CAPITULO V

ANALISIS Y DISCUSION

5.1 ANALISIS

1. Clima Organizacional

El 16.7% de los clientes se sienten muy insatisfechos con el clima de su organización, el 16.7% son indiferentes y la mayoría de ellos (66.7%) se encuentran muy satisfechos con el clima del lugar donde laboran. Tal como se señala en la tabla y gráfico 1.

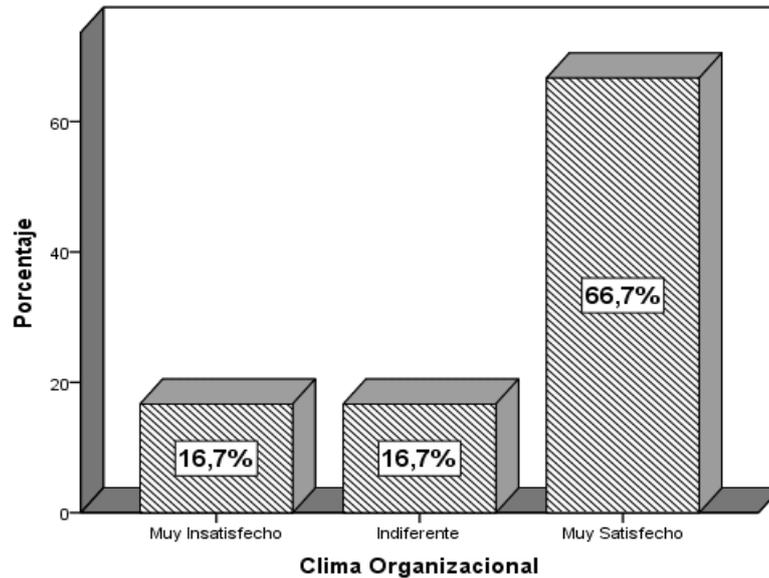
Tabla 1

Clima Organizacional

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy Insatisfecho	1	16,7	16,7
Indiferente	1	16,7	33,3
Muy Satisfecho	4	66,7	100,0
Total	6	100,0	

Gráfico 1

Clima Organizacional



2. Satisfacción en el Área Administración

En el área de administración los clientes se sienten insatisfechos en un 2.9%, indiferentes 2.9%, satisfechos 73.5% y muy satisfechos 20.6%, teniendo como conclusión que los clientes de esta clínica están altamente satisfechos. Como se observa en la tabla y gráfico 2.

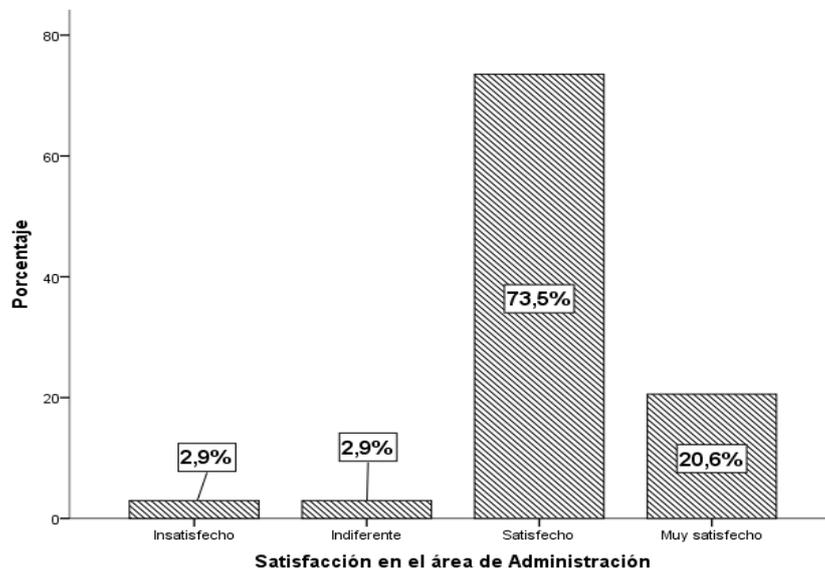
Tabla 2

Satisfacción en el Área Administración

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Insatisfecho	1	2,9	2,9
Indiferente	1	2,9	5,9
Satisfecho	25	73,5	79,4
Muy satisfecho	7	20,6	100,0
Total	34	100,0	

Gráfico 2

Satisfacción en el Área Administración



3. Satisfacción en el área de Proveeduría

El nivel de insatisfacción en el área de proveeduría es 8.8%, indiferentes 2.9%, satisfechos 73.5% y muy satisfechos 14.7%; lo cual demuestra una alta satisfacción del cliente. Tal como se precisa en la tabla y gráfico 3.

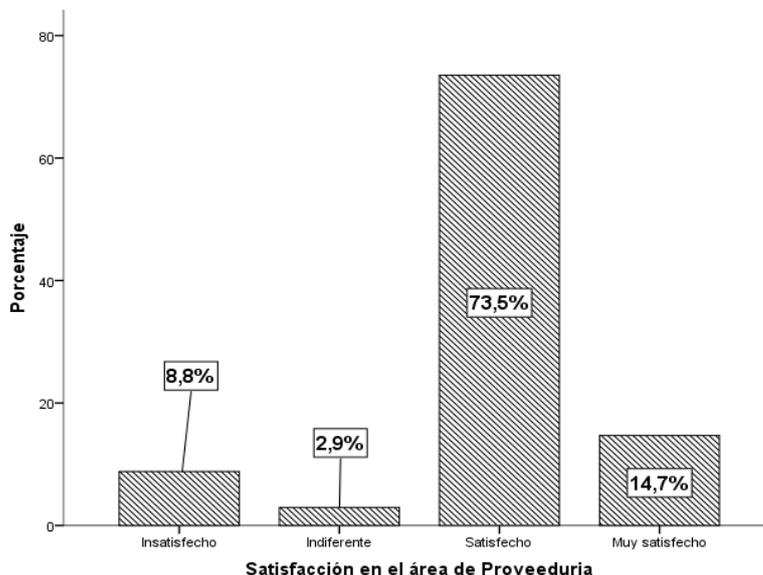
Tabla 3

Satisfacción en el área de Proveeduría

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Insatisfecho	3	8,8	8,8
Indiferente	1	2,9	11,8
Satisfecho	25	73,5	85,3
Muy satisfecho	5	14,7	100,0
Total	34	100,0	

Gráfico 3

Satisfacción en el área de Proveeduría



4. Satisfacción en el área de Historias Clínicas

En lo que se refiere al área de historias clínicas, los clientes están insatisfechos en un 11.8%, indiferentes 2.9%, satisfechos 67.6% y muy satisfechos 17.6%, por lo que se demuestra una alta satisfacción del cliente en esta área. Tal como se presenta en la tabla y gráfico 4.

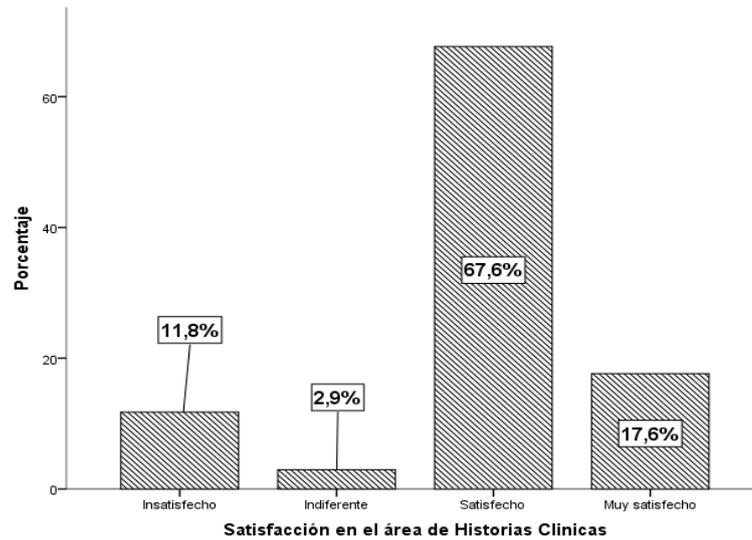
Tabla 4

Satisfacción en el área de Historias Clínicas

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Insatisfecho	4	11,8	11,8
Indiferente	1	2,9	14,7
Satisfecho	23	67,6	82,4
Muy satisfecho	6	17,6	100,0
Total	34	100,0	

Grafico 4

Satisfacción en el área de Historias Clínicas



5. Satisfacción en el área de Esterilización

En el área de esterilización, los niveles de satisfacción corresponden a insatisfechos 5.9%, satisfechos 64.7% y muy satisfechos 29.4%, lo que nos indica que los clientes están altamente satisfechos. Tal como se detalla en la tabla y gráfico 5.

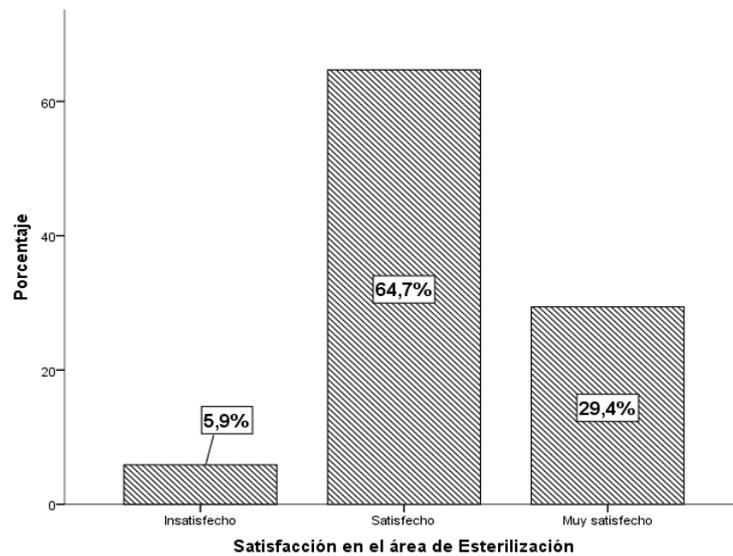
Tabla 5

Satisfacción en el área de Esterilización

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Insatisfecho	2	5,9	5,9
Satisfecho	22	64,7	70,6
Muy satisfecho	10	29,4	100,0
Total	34	100,0	

Gráfico 5

Satisfacción en el área de Esterilización



6. Satisfacción en el área de Mantenimiento

Así mismo, en el área de mantenimiento se alcanza un 17.6% de clientes insatisfechos, 5.9% indiferentes, 70.6% satisfechos y 5.9% se encuentran muy satisfechos. Tal como se presenta en la tabla y gráfico 6.

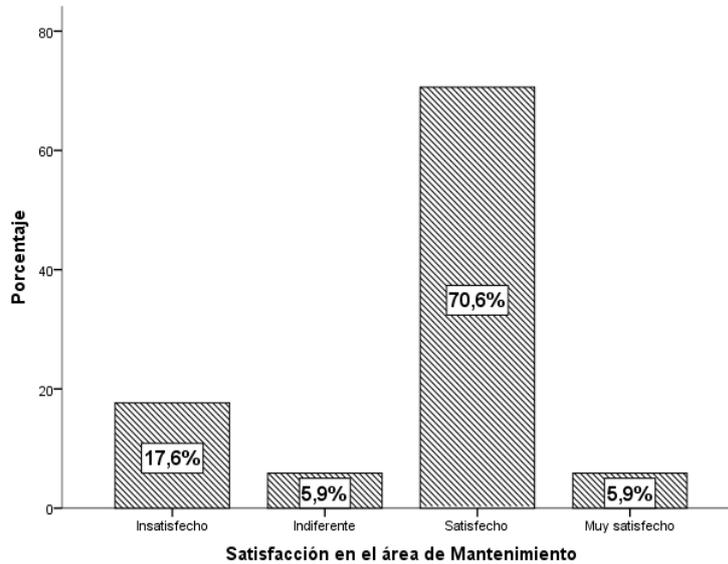
Tabla 6

Satisfacción en el área de Mantenimiento

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Insatisfecho	6	17,6	17,6
Indiferente	2	5,9	23,5
Satisfecho	24	70,6	94,1
Muy satisfecho	2	5,9	100,0
Total	34	100,0	

Gráfico 6

Satisfacción en el área de Mantenimiento



7. Satisfacción del Cliente

Los clientes en general se encuentran insatisfechos en un 2.9%, 79.4% satisfechos y muy satisfechos en un 17.6%, lo que se concluye una alta satisfacción del servicio recibido en dicha clínica. Tal como se detalla en la tabla y gráfico 7.

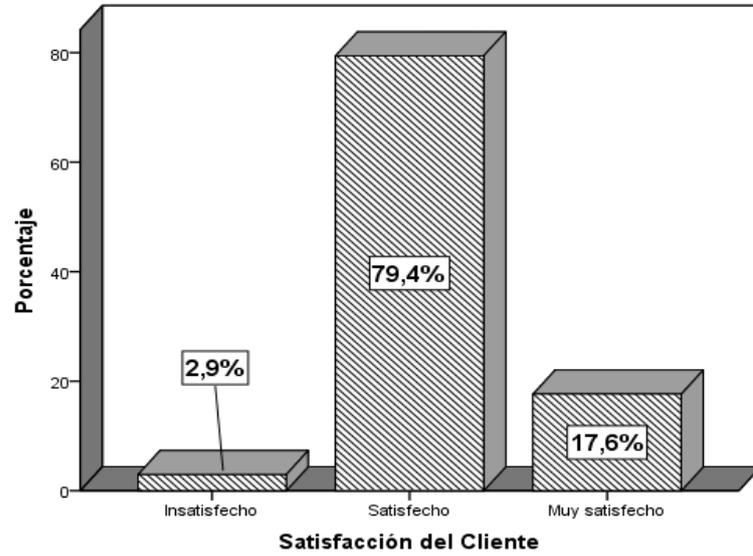
Tabla 7

Satisfacción del Cliente

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Insatisfecho	1	2,9	2,9
Satisfecho	27	79,4	82,4
Muy satisfecho	6	17,6	100,0
Total	34	100,0	

Grafico 7

Satisfacción del Cliente



5.2 DISCUSIÓN

La muestra estuvo conformada por 40 personas entre trabajadores y clientes de la clínica estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho.

El clima organizacional fue evaluado a través del cuestionario validado por EDCO debido a ser un instrumento ya validado y de fácil manejo. Este instrumento permite describir el clima organizacional que existe dentro de la clínica estomatológica. La encuesta está enfocada a las áreas que existen dentro de esta.

Mujica ² Tiene como objetivo describir el clima organizacional como una acción deseable en la universidad, sustentado en primer lugar en los referentes teóricos del clima organizacional, en donde existe un amplio consenso entre investigadores al conceptualarlo como las percepciones colectivas y compartidas que tienen los grupos del ambiente de trabajo.. En segundo lugar, se resalta la problemática que prevalece en las universidades de vieja data y ha perdurado en la actualidad.

Al respecto sobre la problemática basada en los antecedentes se puede decir que en la universidad Alas Peruanas de la Clínica Estomatológica ha superado los obstáculos que existe dentro de un clima organizacional obteniendo como resultado que el 16.7% de los clientes se sienten muy insatisfechos con el clima de su organización, el 16.7% son indiferentes y la mayoría de ellos (66.7%) se encuentran muy satisfechos con el clima del lugar donde laboran.

Considerando que el presente trabajo de investigación tiene por finalidad determinar si existe un buen clima organizacional y satisfacción del cliente (alumnos) en la clínica estomatológica de la universidad alas peruanas.

Se ha podido determinar que el mayor porcentaje de los trabajadores opinaron que el clima organizacional es favorable, lo que indica que las personas investigadas presentan una percepción de un ambiente laboral propicio, lo cual hace suponer que el personal trabaja y se desempeña con normalidad sin mayores presiones, llegando a constituirse en el más óptimo clima para el desarrollo de la organización

La satisfacción del cliente fue evaluado a través del cuestionario tipo Likert debido a ser un instrumento ya validado y de fácil manejo. Este instrumento permitió saber la satisfacción del cliente que siente al ser atendido dentro de la clínica estomatológica.

Medina L⁵ realizó un estudio sobre el grado de satisfacción respecto a la atención recibida en los servicios hospitalización de los pacientes transferidos del Hospital Rebagliati – EsSalud a una clínica particular de la ciudad de Lima-Perú. se entrevistó a 105 pacientes asegurados hospitalizados en la Clínica «Virgen de las Mercedes», con referencia al trato brindado por el equipo de salud, a la alimentación recibida y a la infraestructura. Del total de pacientes, 51,4% fue trasladado a la clínica «Virgen de las Mercedes» desde los servicios de hospitalización, mientras que un 48,6% fue derivado desde emergencia. El 52,4% de los pacientes manifestó grado medio de satisfacción respecto a la atención recibida durante su hospitalización en esta clínica; seguido de 25,7% con satisfacción baja, mientras que el 21,9% manifestó satisfacción alta. Respecto a la alimentación recibida y a la infraestructura, predomina una satisfacción media (65,8 y 62% respectivamente), frente a 47,6% en relación al equipo de salud. Conclusiones: el nivel de satisfacción general referido por los pacientes respecto a la atención recibida en la clínica es medio, siendo la dimensión más influyente el trato brindado por el equipo de salud, seguido de la infraestructura y la alimentación.

Al relacionar estas características con la satisfacción del cliente encontramos que el trato brindado a los clientes es el factor más influyente que existe dentro de una empresa. Por todo lo anteriormente señalado podemos afirmar que la mejora continua de la atención al cliente es un medio para lograr la fidelización de los clientes a la empresa. Se trata en realidad de un imperativo ineludible para toda empresa, que pretenda seguir progresando y avanzando. Por ello los equipos de trabajo no solo deben funcionar para detectar fallas o para plantear soluciones y estrategias. Cuando así se requiera, todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del cliente.

En la clínica estomatológica el 17.6%, de los clientes están muy satisfechos con el servicio recibido en dicha clínica. Del mismo modo se determinó que existe un buen clima organizacional y una buena satisfacción lo que indicaría que en la medida en que los clientes perciban que el ambiente donde son atendidos es favorable, superara sus expectativas.

CONCLUSIONES

Se llevó a cabo un estudio sobre determinar el Clima Organizacional y sobre la Satisfacción del cliente en la clínica estomatológica de la Universidad Alas Peruanas. Se llegó a las siguientes conclusiones generales:

1. En el clima organizacional de la clínica estomatológica 66.7% se encuentran muy satisfechos con el clima del lugar donde laboran. Tal como se señala en la tabla y gráfico 1.
2. En la satisfacción del cliente en el área de administración el 73.5% se encuentran satisfechos como conclusión los clientes de esta clínica están altamente satisfechos. Como se observa en la tabla y gráfico 2.
3. En la satisfacción del cliente en el área de proveeduría el 73.5% se encuentran satisfechos; lo cual demuestra una alta satisfacción del cliente en esta área. Tal como se precisa en la tabla y gráfico 3.
4. En la satisfacción del cliente en el área de historias clínicas, el 67.6% se encuentran satisfechos; lo cual demuestra una alta satisfacción del cliente en esta área. Tal como se presenta en la tabla y gráfico 4.
5. En la satisfacción del cliente en el área de esterilización los clientes se encuentran satisfechos 64.7% lo que nos indica que los clientes están altamente satisfechos. Tal como se detalla en la tabla y gráfico 5.
6. Así mismo, en la satisfacción del cliente en el área de mantenimiento se encuentran satisfechos 70.6%; lo cual demuestra una alta satisfacción del cliente en esta área. Tal como se presenta en la tabla y gráfico 6.

7. Los clientes en general se encuentran insatisfechos en un 2.9%, 79.4% satisfechos y muy satisfechos en un 17.6%, lo que se concluye una alta satisfacción del servicio recibido en dicha clínica. Tal como se detalla en la tabla y gráfico 7.

RECOMENDACIONES

1. Desarrollar cursos que desarrollen en los trabajadores la identificación con la clínica estomatológica y sus objetivos.
2. Desarrollar labores que fortalezcan la integración y cohesión grupal tales como actividades recreativas y deportivas.
3. Implementar talleres de juegos de roles donde se planteen y resuelvan los conflictos latentes o manifiestos entre el personal así como los problemas comunicacionales.
4. Desarrollar un grupo Facebook, whatsApp o página web para facilitar la comunicación grupal.
5. Explicar con detalle el Manual de Organización y funciones (MOF) así como los perfiles de cada puesto.
6. Implementar cursos de motivación laboral.
7. Evaluar sistemáticamente los niveles de satisfacción del paciente.
8. Establecer un sistema de trabajo más participativo entre sus colaboradores de esa manera poder escuchar sus aportes y recomendaciones.
9. Instalar un área de cuentas corrientes dentro del área física de la clínica estomatológica para la satisfacción del cliente.

FUENTES DE INFORMACION

1. Noriega Bravo VM, Pría Barros, MC .Instrumento para Evaluar el Clima Organizacional de los Grupos de Control de Vectores .Rev. Cubana salud Publica .2011;37(2):22-116.
2. Mujica de Gonzales, M; Pérez de Maldonado I .Gestión del Clima Organizacional: Una Acción Deseable en la Universidad .Laurus. 2007; 13(24):290-304.
3. Muñoz –Seco. E; et al. Influencia de clima laboral en la satisfacción de los profesionales sanitarios .Aten Primaria. 2006;37(4):209-14
4. Alva Fructuoso, J; Domínguez Díaz, Clima Organizacional y Satisfacción Laboral en los Trabajadores de la Universidad san Pedro de Chimbote . In Crescendo Institucional. 2015;6(1)90-102
5. Medina Lezama, M; Esquicha Medina, A. grado de satisfacción de los Pacientes Asegurados Hospitalizados en la Clinica Virgen de las Mercedes, Hospital Militar de Lima.Rev enferm Herediana. 2013;6(2):96-106
6. Bobbio Lucia ; Ramos Willy .Satisfacción Laboral y Factores Asociados en Personal Ambiental Medico y no Medico de un Hospital Nacional Lima-Peru.Rev Peruana de Epidemiologia .2010;14(2):133-138
7. Llapa Rodríguez, EO; Trevisan, MA; Shinyashiki, TG; Mendez Costa IA.Compromiso Organizacional y Profesional del Equipo de Salud.Eglobal.2009.8 (3):1-15.
8. BERTALANFFY, L. Von. Tendencias en la Teoría General de Sistemas. Alianza, Madrid, 3ª edición, 1994.
9. Parsons, T. Estructura y Proceso en las Sociedades modernas, Instituto de Estudios Políticos, Madrid. 1996.
10. Katz,D. y Kahn, R. Psicología Social en las Organizaciones. Trillas, México.1997.
11. Buckley, W. La Sociología y la Teoría Moderna de Sistemas.Amorrortu, Buenos Aires, 2ª edición, 1993.
12. Tarazona, David y Alba, Roger (2004) Condiciones psicosociales del trabajo. Lima: UNMSM.

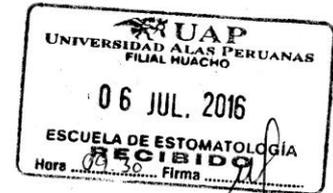
13. Bustos, Paulina y Miranda, Mauricio (2001) Clima Organizacional. Santiago. Lautaro
14. Kolb, D., Rubin, I. y McIntyre, J. (2001) Psicología de las Organizaciones. México: Prentice Hall.
15. Barroso, Paolo (2004) Dimensiones del clima organizacional: Instituto Nacional de Canalizaciones. Departamento de RR.HH. Venezuela. Caracas.
16. Maturana, Humberto. El árbol del Conocimiento. Editorial Universitaria, Santiago, Chile, 1989
17. Montalbán, Jorge (2003) Evaluación del Clima Organizacional) México: Limas.
18. Garcés Fuentes, A. (2004) Medición del Clima Organizacional. Madrid. Aguilar.
19. Harris, John (2001) Buscar la satisfacción del cliente es buen negocio. Buenos Aires: Sur.
20. Franco, Ramiro (2001) Customer Satisfaction ¿Por qué Satisfacción del Cliente? Buenos Aires. Paidós
21. Martínez Muñoz, Larisa (2007) Consideraciones Teóricas sobre la Atención al Cliente, Documento, Universidad de la Habana, 2013 [citado 14 May 2013] Disponible en: <http://www.eumed.net/ciel>

ANEXOS

ANEXOS

1. ANEXO 1: CARTA DE PRESENTACION

“Año de la Consolidación del Mar de Grau”



CD. Javier Ramos De Los Ríos

Director de la Escuela Académico Profesional de Estomatología

Universidad Alas Peruanas – Filial Huacho

ASUNTO: Permiso para encuestar a los trabajadores y clientes que acuden a la clínica Docente-Estomatológica.

Yo Doris Pamela Del Carmen Pomar Taboada, identificado con DNI:46198626 con domicilio Jr. Bolognesi #581 y habiendo concluido el X ciclo de la Escuela Académico Profesional de Estomatología, ante Ud. con el debido respeto me presento y expongo:

Que por haber terminado satisfactoriamente mi X ciclo en la Escuela Académico Profesional de Estomatología, pido a su persona se me otorgue permiso para encuestar a los trabajadores y clientes que acuden a la Clínica Docente-Estomatológico de la Universidad Alas Peruanas Filial Huacho, con el fin de corroborar a una correcta elaboración de mi TESIS.

Sin otro inconveniente me despido formalmente no sin antes agradecerle anticipadamente por la ayuda brindada; espero su pronta y afirmativa respuesta.

Doris Pamela Pomar Taboada

Huacho, 06 de julio del 2016

ANEXO 2: INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

PRUEBA EDCO

ESCALA DE CLIMA ORGANIZACIONAL

El Clima Organizacional: se define como el grupo de características que describen una organización y que la distinguen de otras organizaciones; son de permanencia relativa en el tiempo; e influyen en la conducta de las personas en la organización.

A continuación usted encontrara una prueba que consta de 40 preguntas, la cual busca medir el clima organizacional en su empresa. Para contestar las preguntas lea cuidadosamente el enunciado y escoja solo una respuesta marcando con una X sobre la opción con la cual este de acuerdo, como se muestra en el siguiente ejemplo:

Mi jefe crea una atmósfera de confianza en el grupo de trabajo

Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca
		X		
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

Conteste absolutamente todas las preguntas evitando hacerlo al azar. La presente prueba es confidencial y anónima, solo se realizara con fines investigativos. El tiempo de duración de la prueba es de 40 minutos. Agradecemos su colaboración y honestidad en el desarrollo de la prueba.

ESCALA EDCO – colores de las preguntas importantes

1. Los miembros del grupo tienen en cuenta mis opiniones.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

2. Soy aceptado por mi grupo de trabajo.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

3. Los miembros del grupo son distantes conmigo.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

4. Mi grupo de trabajo me hace sentir incomodo

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

5. El grupo de trabajo valora mis aportes.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

6. Mi jefe crea una atmosfera de confianza en el grupo de trabajo.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

7. El jefe es mal educado.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

8. Mi jefe generalmente apoya las decisiones que tomo

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

9. Las órdenes impartidas por el jefe son arbitrarias.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

10. El jefe desconfía del grupo de trabajo

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

11. Entiendo bien los beneficios que tengo en la Clínica.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

12. Los beneficios de salud que recibo en la Clínica satisfacen mis necesidades.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

13. Estoy de acuerdo con mi asignación salarial.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

14. Mis aspiraciones se ven frustradas por las políticas de la Clínica.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

15. Los servicios de salud y/o compensaciones que recibo de la clínica son deficientes.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

16. Realmente me interesa el futuro de la Clínica.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

17. Recomiendo a mis amigos la Clínica como un excelente sitio de trabajo

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

18. Me avergüenzo decir que soy parte de la Clínica.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

19. Sin remuneración no hay horas extras de trabajo.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

20. Sería más feliz en otra Clínica.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

21. Dispongo del espacio adecuado para realizar mi trabajo.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

22. El ambiente físico de mi sitio de trabajo es adecuado.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

23. El entorno físico de mi sitio de trabajo dificulta la labor que desarrollo.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

24. Es difícil tener acceso a la información para realizar mi trabajo.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

25. La iluminación de mi sitio de trabajo es deficiente.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

26. La empresa desprecia al personal sin tener en cuenta su desempeño laboral.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

27. La clínica brinda estabilidad laboral.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

28. La clínica contrata personal temporal.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

29. La permanencia en el cargo depende de preferencias personales.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

30. De mi buen desempeño depende la permanencia en el cargo.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

31. Entiendo de manera clara las metas de la clínica.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

32. Conozco bien como la clínica está logrando sus metas.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

33. Algunas tareas a diario asignadas tienen poco relación con las metas.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

34. Los directivos no dan conocer los logros de la clínica

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

35. Las metas de la clínica son poco entendibles.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

36. El trabajo en equipo con otras dependencias es bueno.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

37. La otras dependencias responden bien a mis necesidades laborales.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

38. Cuando necesito información de otras dependencias la puedo conseguir fácilmente.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

39. Cuando las cosas salen mal las dependencias son rápidas en culpar a otras.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

40. Las dependencias resuelven problemas en lugar de responsabilizar a otras.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

En el caso de ítems positivos la calificación sería de la siguiente manera:

Siempre = 5

Casi siempre=4

Algunas veces =3

Muy pocas veces =2

Nunca =1

Los ítems positivos son : 1, 2, 5, 6, 8, 11, 12, 13, 16, 17, 21, 22, 27, 30, 31, 32, 36,37, 38, 40.

Un ejemplo de ítem negativo es:

Me avergüenzo de decir que soy parte de la empresa.

Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca	

ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La Satisfacción del paciente es parte vital de todas las empresas .Esta encuesta nos será de gran ayuda para mejorar nuestros servicios en la clínica estomatológica de la universidad Alas Peruanas. Los datos que en ella se consignan se tratarán de forma anónima. Esta encuesta no tardara más de 5 minutos

A continuación usted encontrara una prueba; la cual busca medir la satisfacción del cliente en la clínica .Para contestar las preguntas lea cuidadosamente el enunciado y escoja solo una respuesta, marcando con una X la opción con la cual este de acuerdo.

En el caso de los ítems la calificación seria de la siguiente manera:

5 puntos = Muy satisfecho

4 puntos = Satisfecho

3 puntos =Indiferente

2 puntos = Insatisfecho

1 punto = Muy insatisfecho

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

CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

A. EVALUACIÓN DEL AREA DE ADMINISTRACION

¿De manera general; cuál es su nivel de satisfacción con el Área de Administración de la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho, en el periodo de Marzo-Agosto 2016?

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

(SÓLO SI CONTESTÓ Muy Insatisf, Insatisf. ó Indif.) ¿Por qué se encuentra Ud. (.....) con el Área de Administración de la clínica estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho, en el periodo de Marzo-Agosto 2016?

B. EVALUACIÓN DEL AREA DE PROVEEDURIA

¿De manera general; cuál es su nivel de satisfacción con el área de proveeduría de la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho, en el periodo de Marzo-Agosto 2016?

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

(SÓLO SI CONTESTÓ Muy Insatisf, Insatisf. ó Indif.) ¿Por qué se encuentra Ud. (.....) con el Área de Proveeduría de la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho, en el periodo de Marzo-Agosto 2016?

C. EVALUACIÓN DEL AREA DE HISTORIAS CLINICAS

¿De manera general; cuál es su nivel de satisfacción con el Área de Historias Clínica de la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho, en el periodo de Marzo-Agosto 2016?

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

(SÓLO SI CONTESTÓ Muy Insatisf, Insatisf. ó Indif.) ¿Por qué se encuentra Ud. (.....) con el Área de Historias Clínicas de la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho, en el periodo de Marzo-Agosto 2016?

D. EVALUACIÓN DEL AREA DE MATERIALES DE ESTERILIZACION

¿De manera general; cuál es su nivel de satisfacción con el Área de Materiales de Esterilización de la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho, en el periodo de Marzo-Agosto 2016?

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

(SÓLO SI CONTESTÓ Muy Insatisf, Insatisf. ó Indif.) ¿Por qué se encuentra Ud. (.....) con el Área de Materiales de Esterilización de la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho, en el periodo de Marzo-Agosto 2016?

E. EVALUACIÓN DEL AREA TECNICA DE MANTENIMIENTO

¿De manera general; cuál es su nivel de satisfacción con el Área Técnica de Mantenimiento de la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho, en el periodo de Marzo-Agosto 2016?

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

(SÓLO SI CONTESTÓ Muy Insatisf, Insatisf. ó Indif.) ¿Por qué se encuentra Ud. (.....) con el Área Técnica de Mantenimiento de la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho, en el periodo de Marzo-Agosto 2016?

ANEXO 4: VALIDACION DE INSTRUMENTOS



Facultad de Medicina Humana y Ciencias de la Salud
Escuela Profesional de Estomatología

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES DEL INFORMANTE: CHRISTHIAN ESTEBAN GOMEZ CARRION
- 1.2 GRADO ACADEMICO: DR. ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN
- 1.3 INSTITUCIÓN DONDE LABORA: U.A.P. HUACHO - HUACHO
- 1.4 NOMBRE DEL INSTRUMENTO: ENCUESTA DE ESCALA DE CLIMA ORGANIZACIONAL
- 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO: PATYLA POMBA TABOADA
- 1.6 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA CLÍNICA ESTOMATOLÓGICA DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS HUACHO - HUACHO, EN EL PERIODO DE MARZO - AGOSTO DEL 2016

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Calificación cuantitativa)

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		(01-10) 01	(10-13) 02	(14-16) 03	(17-18) 04	(19-20) 05
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la investigación.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe un constructo lógico en los ítems.				X	
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad			X		
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos trazados				X	
7. CONSISTENCIA	Utiliza suficientes referentes bibliográficos.				X	
8. COHERENCIA	Entre Hipótesis dimensiones e indicadores.			X		
9. METODOLOGÍA	Cumple con los lineamientos metodológicos.				X	
10. PERTINENCIA	Es asertivo y funcional para la Ciencia			X		
Sub Total				09	27	
Total					36	

VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total X 0.4).....

Legenda:

VALORACIÓN CUALITATIVA: 14.4

01-13 Impropedente

VALORACIÓN DE APLICABILIDAD: ACEPTABLE CON RECOMENDACIÓN.

14-16 Aceptable con recomendación

17-20 Aceptable

Lugar y Fecha:.....

Firma y Post firma: Dr. Christian E. Gómez Carrion

CIRUJANO DENTISTA
C.O.P. 21280

DNI: Rehabilitación-Oral

**Facultad de Medicina Humana y Ciencias de la Salud
Escuela Profesional de Estomatología**

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

1.1 APELLIDOS Y NOMBRES DEL INFORMANTE: Daniela Rosado, Monica Guisele
 1.2 GRADO ACADEMICO: Enfermera Dentista
 1.3 INSTITUCIÓN DONDE LABORA: Universidad Alas Peruanas
 1.4 NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Escala de Clima Organizacional
 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO: Rosale Louisa Toboada
 1.6 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Clima Organizacional y la Satisfacción del Cliente en la Clínica de Estomatología de la Universidad Alas Peruanas Julio-Humberto de la provincia de Arequipa - Agosto del 2016

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Calificación cuantitativa)

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		(01-10) 01	(10-13) 02	(14-16) 03	(17-18) 04	(19-20) 05
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la investigación.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe un constructo lógico en los ítems.				X	
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos trazados.				X	
7. CONSISTENCIA	Utiliza suficientes referentes bibliográficos.				X	
8. COHERENCIA	Entre Hipótesis dimensiones e indicadores.				X	
9. METODOLOGÍA	Cumple con los lineamientos metodológicos.				X	
10. PERTINENCIA	Es asertivo y funcional para la Ciencia			X		
Sub Total				03	36	
Total					39	

VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total X 0.4).....

VALORACIÓN CUALITATIVA: 15.6

VALORACIÓN DE APLICABILIDAD: Aceptable

Legenda:

01-13 Improcedente

14-16 Aceptable con recomendación

17-20 Aceptable

Lugar y Fecha:.....

Firma y Post firma: 
 Daniela Rosado

DNI 10201652 Teléfono.....

**Facultad de Medicina Humana y Ciencias de la Salud
Escuela Profesional de Estomatología**

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

1.1 APELLIDOS Y NOMBRES DEL INFORMANTE: ENRIDO LALANZA JORGE ANTONIO
 1.2 GRADO ACADÉMICO: CIRUJANO DENTISTA
 1.3 INSTITUCIÓN DONDE LABORA: UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
 1.4 NOMBRE DEL INSTRUMENTO: ENCUESTA DE ESCALA DE CLIMA ORGANIZACIONAL
 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO: PAMELA POMAR TABOADA
 1.6 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: CLIMA ORGANIZACIONAL

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Calificación cuantitativa)

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		(01-10) 01	(10-13) 02	(14-16) 03	(17-18) 04	(19-20) 05
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la investigación.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe un constructo lógico en los ítems.				X	
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad			X		
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos trazados.				X	
7. CONSISTENCIA	Utiliza suficientes referentes bibliográficos.				X	
8. COHERENCIA	Entre Hipótesis dimensiones e indicadores.			X		
9. METODOLOGÍA	Cumple con los lineamientos metodológicos.			X		
10. PERTINENCIA	Es asertivo y funcional para la Ciencia			X		
Sub Total				/2	24	
Total					36	

VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total X 0.4).....

Leyenda:

VALORACIÓN CUALITATIVA: 14.4

01-13 Improcedente

VALORACIÓN DE APLICABILIDAD: ACEPTABLE CON RECOMENDACION

14-16 Aceptable con recomendación

17-20 Aceptable

Lugar y Fecha:.....

Firma y Post firma:.....

ENRIDO LALANZA JORGE ANTONIO
CIRUJANO DENTISTA
COP 12783

DNI Teléfono.....

**Facultad de Medicina Humana y Ciencias de la Salud
Escuela Profesional de Estomatología**

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

1.1 APELLIDOS Y NOMBRES DEL INFORMANTE: ENCISO LIZUNZA Jorge Antonio

1.2 GRADO ACADÉMICO: CRUJADO DENTISTA

1.3 INSTITUCIÓN DONDE LABORA: UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS

1.4 NOMBRE DEL INSTRUMENTO: ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE

1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO: PAIOLA POMAR TABOADA

1.6 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCIÓN DEL
CLIENTE EN LA CLÍNICA ESTOMATOLÓGICA DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
FIUM. - HUACHO, EN EL PERIODO DE MARZO - AGOSTO DEL 2016

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Calificación cuantitativa)

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		(01-10) 01	(10-13) 02	(14-16) 03	(17-18) 04	(19-20) 05
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la investigación.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe un constructo lógico en los ítems.				X	
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad			X		
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos trazados.				X	
7. CONSISTENCIA	Utiliza suficientes referentes bibliográficos.				X	
8. COHERENCIA	Entre Hipótesis dimensiones e indicadores.			X		
9. METODOLOGÍA	Cumple con los lineamientos metodológicos.			X		
10. PERTINENCIA	Es asertivo y funcional para la Ciencia			X		
Sub Total				12	24	
Total					36	

VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total X 0.4).....

Leyenda:

VALORACIÓN CUALITATIVA: 14.4

01-13 Improcedente

VALORACIÓN DE APLICABILIDAD: ACEPTABLE CON RECOMENDACION

14-16 Aceptable con recomendación

17-20 Aceptable

Lugar y Fecha:.....

Firma y Post firma:.....


 JORGE ANTONIO ENCISO LIZUNZA
 CRUJADO DENTISTA
 C.O.P. 27605

DNI Teléfono:.....

**Facultad de Medicina Humana y Ciencias de la Salud
Escuela Profesional de Estomatología**

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

1.1 APELLIDOS Y NOMBRES DEL INFORMANTE: Dante Rosado Monico
 1.2 GRADO ACADEMICO: Cirujano Dentista
 1.3 INSTITUCIÓN DONDE LABORA: Universidad Las Peruanas
 1.4 NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuarta Satisfacción al Cliente
 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO: Paola Rosal Taboada
 1.6 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Clima Organizacional y la Satisfacción del Cliente en la Clínica Estomatológica de la Universidad Las Peruanas s.p.a - Huacho, en el periodo de Mayo - Agosto del 2016

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Calificación cuantitativa)

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		(01-10) 01	(10-13) 02	(14-16) 03	(17-18) 04	(19-20) 05
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la investigación.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe un constructo lógico en los items.				X	
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos trazados.				X	
7. CONSISTENCIA	Utiliza suficientes referentes bibliográficos.				X	
8. COHERENCIA	Entre Hipótesis dimensiones e indicadores.			X		
9. METODOLOGÍA	Cumple con los lineamientos metodológicos.				X	
10. PERTINENCIA	Es asertivo y funcional para la Ciencia			X		
Sub Total				06	32	
Total					38	

ALORACIÓN CUANTITATIVA (Total X 0.4).....

Leyenda:

ALORACIÓN CUALITATIVA: 15.2

01-13 Improcedente

ALORACIÓN DE APLICABILIDAD: Aceptable con Recomendación

14-16 Aceptable con recomendación

17-20 Aceptable

Lugar y Fecha:.....

Firma y Post firma:.....

Monica Santa Rosalo

DNI 10301652 Teléfono 980080193

ANEXO 5

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO : “ CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCION DEL CLIENTE EN LA CLINICA ESTOMATOLOGICA DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS FILIAL-HUACHO ; EN EL PERIODO DE MARZO-AGOSTO 2016”						
Problema	Objetivos	Variable	Indicadores	Escala de medición	Categoría de medición	Metodología
<p>Problema general</p> <p>¿Existirá buen clima organizacional y satisfacción del cliente en la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho; en el periodo de Marzo-Agosto 2016?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>1.¿Existirá buen clima organizacional en la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho; en el periodo de Marzo-Agosto 2016?</p> <p>2.¿Existirá buena satisfacción del cliente en la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho; en el periodo de Marzo-Agosto 2016?</p> <p>3.¿Existirá buena satisfacción del cliente en las áreas de la clínica estomatológica de la universidad alas peruanas filial huacho; en el periodo de Marzo-Agosto 2016?</p>	<p>Objetivos Generales</p> <p>Determinar el clima organizacional y Determinar la satisfacción del cliente en la Clínica Estomatológica Filial-Huacho; en el periodo de Marzo-Agosto 2016.</p> <p>Objetivos Específicos.</p> <p>1. Comprobar si existe buen clima organizacional en la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho; en el periodo de Marzo-Agosto 2016.</p> <p>2.Comprobar si existe buena satisfacción del cliente en la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho; en el periodo de Marzo-Agosto 2016.</p> <p>3.Comprobar si existe buena satisfacción del cliente en las áreas de la Clínica Estomatológica de la Universidad Alas Peruanas Filial-Huacho; en el periodo de Marzo- Agosto 2016 .</p>	<p>Variable independiente:</p> <p>Clima organizacional</p> <p>y</p> <p>Satisfacción del cliente</p>	<p>cuestionario EDCO</p> <p>cuestionario tipo Likert</p>	<p>0-200</p> <p>Desde 0-25 puntos</p> <p>1; 2; 3; 4; 5; 6; 7</p> <p>Dónde:</p> <p>1.- Muy Insatisfecho</p> <p>2.-Insatisfecho</p> <p>3.-Indiferente</p> <p>4.- satisfecho</p> <p>5. Muy satisfecho</p>	<p>Cualitativo</p>	<p>Tipo de Investigación: observacional</p> <p>Nivel de Investigación: Descriptivo</p> <p>Método: descriptivo Estadístico Síntesis</p> <p>Diseño: No experimental Transversal</p> <p>Instrumento: Encuesta EDCO Encuesta tipo Likert</p> <p>Población: 50 personas entre trabajadores y clientes de la clínica. estomatológica</p> <p>Muestra: Estuvo conformado por 40 personas entre trabajadores y clientes de la clínica estomatológica</p>

