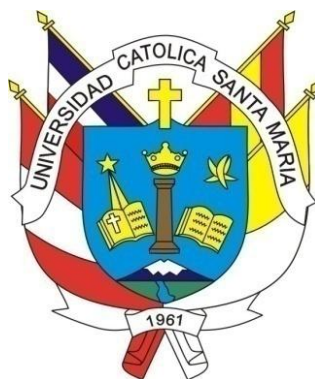


UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS



**IMPORTANCIA DEL CLIMA ORGANIZACIONAL PARA UN
DESEMPEÑO EFICIENTE DEL ÁREA DE MARKETING EN
LAS MYPES DE LA CIUDAD DE AREQUIPA EN EL AÑO 2013**

Tesis presentada por los Bachilleres:

HARRISON YVAN PRETTO GARCÍA
NIEL RASHID SALAS CARPIO

Para optar el Título Profesional de
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

AREQUIPA-PERÚ

2014

DEDICATORIA

A Dios por llenar mi vida de dicha y bendiciones

A MIS PADRES:

Al Panzón: Sr. Juan Jorge Salas Mendoza (+), mi mejor ejemplo y guía espero llegar a ser la mitad de lo que tú fuiste.

A mi Mama Charo: Sra. Rosario de Salas, mi amor eterno, por estar conmigo en todo momento y por confiar en mí sobre todas las cosas.

DEDICATORIA ESPECIAL:

A mi Amada esposa Marita de Salas, Agradezco a Dios por habérmela enviado como eterna compañera a la cual amo y respeto todos los días de mi vida

A la luz de mis ojos Rafaelita Salas, a quien adoro, amo y quiero sobre todas las cosas, mi inspiración para ser un mejor profesional día a día.

A MI HERMANA Y SOBRINOS:

Sra. Yamileth Salas de Rodríguez, por ser mi compañera, cómplice, mi querida hermanita le agradezco infinitamente a la vida por tenerla siempre a mi lado.

Josué y Valentino Rodríguez por ser esas personitas muy importantes en mi vida a los cuales guiare y protegeré toda mi vida

A MIS TÍAS:

En especial a mi Tía Lourdes Carpio por ser como mi segunda madre, quien día a día me apoyo y aconsejo en salir adelante.

Sirle y Elena Carpio, recuerden que son algo muy especial para mí, gracias por creer en mí.

DEDICATORIA ESPECIAL:

A mis suegros Howard Pinto y Evita de Pinto, mis cuñadas Yahayra y Anita y mi sobrinita Briannita también al Sr. Henry Pinto Arana, por estar siempre conmigo y dándome su apoyo incondicional, nunca lo olvidare.

NIEL

DEDICATORIA

A Dios:

Por haberme permitido llegar hasta este punto y no dejar que me rinda, por haberme dado salud para lograr mis objetivos.

*A mi Mamá EVA, mi amiga, mi compañera y mi guía. Por estar siempre detrás de mí, ayudándome a levantarme en cada error que cometía ya sea con un buen “Carajo” pero me hacía salir adelante. Esta tesis se la dedico a ella la gran gestora de este logro, **TE QUIERO MUCHO MAMÁ, UNA Y MIL GRACIAS MAMÁ.***

A Mis Abuelitos AVELINA Y AGUSTÍN:

Por educarme en mis primeros pasos, porque ellos fueron mis primeros maestros, por cuidarme cuando era un niño, los quiero bastante.

A Mis Hermanos NENA Y FRANCO:

*A ti NENA que siempre estabas fregándome y molestándome para que acabara pero sé que fue para mi bien **GRACIAS NENA***

A ANDREA DARINKA:

*Mi Daryta gracias por apoyarme en todo, en cada paso que doy TU estas hay apoyándome en mi vida, **GRACIAS MI DARYTA***

A ti FRANCO por tu apoyo y por qué sé que YO Y LA NENA somos tus ejemplos a seguir

A mis Padres DUILIO Y EVA:

*A mi Papá DUILIO por estar hay siempre aunque un poco callado siempre me decía las cosas de frente a mí y me hace ver mis errores gracias **Papá.***

HARRISON

ÍNDICE

RESUMEN.....	6
ABSTRACT	7
INTRODUCCIÓN.....	8

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO.....	11
1.1. PROBLEMA	11
1.2. DESCRIPCIÓN.....	11
1.2.1. TIPO DE PROBLEMA	11
1.2.2. VARIABLES	11
1.2.3. INTERROGANTES BÁSICAS:.....	12
1.3. JUSTIFICACIÓN	13
1.4. OBJETIVO GENERAL:.....	14
1.4.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	14
1.5. MARCO TEÓRICO:	15
1.5.1. CLIMA ORGANIZACIONAL:.....	15
1.5.2. DESEMPEÑO LABORAL.....	37
1.5.3. EFICIENCIA	38
1.5.4. RENDIMIENTO.....	38
1.5.5. AUSENTISMO LABORAL.....	38
1.5.6. MYPES.....	38
1.5.7. ROTACIÓN DE TRABAJADORES.....	39
1.5.8. ÁREA DE MARKETING	39
1.6. HIPÓTESIS	40

CAPITULO II

PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN:.....	42
1.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	42

1.2	CAMPO DE VERIFICACIÓN	42
1.3	ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	43
1.4	RECURSOS NECESARIOS:.....	43
1.4.1	HUMANOS:	43
1.4.2	MATERIALES	44
1.4.3	FINANCIEROS	44

CAPITULO III

RESULTADOS

1.	DESCRIPCIÓN DE LAS 5 EMPRESAS TOMADAS COMO MUESTRA PARA LA INVESTIGACIÓN:	46
2.	APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS ESTADÍSTICAS	57
2.1.	RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS A LAS 5 EMPRESAS	57
2.2.	ANÁLISIS DEL DESEMPEÑO EN LA EMPRESA.....	70
2.2.1.	BUEN DESEMPEÑO DEL ÁREA DE MARKETING.....	70
2.2.2.	APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS ESTADÍSTICAS:	73
2.3.	RESULTADOS DE LAS ENCUESTA APLICADA A LOS GERENTES DE LAS EMPRESAS.....	74
	CONCLUSIONES.....	80
	RECOMENDACIONES	83
	BIBLIOGRAFÍA.....	85
	ANEXOS.....	87

RESUMEN

La presente investigación se realizó en la ciudad de Arequipa durante el periodo comprendido del año 2013 y donde se toma a cabo el análisis del clima organizacional para el desempeño eficiente del área de marketing en las empresas tomándose como parámetro de medición 5 empresas que las analizamos en las respectivas áreas de marketing. El propósito de la presente investigación consistió en la realización del análisis del efecto de la importancia del clima organizacional para un desempeño eficiente del área de marketing en las MYPES de la Ciudad de Arequipa en el año 2013. Para ello fue necesaria la definición del efecto de Analizar si un buen clima organizacional incrementa el desempeño en el área de marketing y el mal clima organizacional disminuye el desempeño en el área de marketing. El presente estudio se justificó con un buen clima organizacional que es favorable en cualquier organización, no es un costo hay que tomarlo como una inversión a largo plazo. Los RR.HH son el potencial para la competitividad de la empresa, en los tiempos actuales es muy importante valorarlo y prestarle la debida atención, sobre todo en las empresas arequipeñas y peruanas ya que la actividad de ellas aportan el 42% del PBI, y concluyendo sobre los resultados obtenidos damos a conocer que el desempeño en el área de marketing es bueno El clima organizacional si es fundamental para el eficiente desempeño del área de marketing.

ABSTRACT

This research was carried out in the city of Arequipa for the period of the year 2013 and where you take out the analysis of the organizational climate for the efficient performance of the marketing area in companies taking as parameter of measurement 5 companies that we analyze them in the respective areas of marketing. The purpose of this research consisted of the analysis of the effect of the importance of the organizational climate for efficient performance of the marketing area in the MSE of the city of Arequipa in the year 2013. For this it was necessary to the definition of the effect of analyzing whether a good organizational climate increases performance in the area of marketing and bad organizational climate reduces the performance in the area of marketing. This study was justified with a good organizational climate that it is favorable in any organization; it is not a cost must be taken as an investment in the long term. The RR.HH is the potential for the company's competitiveness, in modern times is very important to value it and pay attention, especially in companies Arequipa and Peru since the activity of them contribute 42% of GDP, and concluding on the results we know that performance in the area of marketing is good organizational climate if it is essential for the efficient performance of the marketing area

INTRODUCCIÓN

Un clima organizacional se caracteriza por ser multidimensional, es decir que se compone por una serie de factores entre los cuales se encuentran: la estructura de la organización, responsabilidad de los trabajadores y de los empleadores, recompensas y beneficios para los y las trabajadores/as, desafíos y posibilidad de emprender nuevos proyectos, relaciones entre trabajadores y entre trabajador y su/sus jefe/s, cooperación, identidad y orgullo que se sienta con la organización, entre otros factores. Además, el clima laboral es diferente en cada organización ejerce una influencia estable y relativamente perdurable sobre el comportamiento de las personas que forman la organización, llegando a formar parte en muchas ocasiones como parte de la Cultura Organizacional. Finalmente, se caracteriza por ser Fragmentario, puede subdividirse en varios microclimas según el departamento, sección u organización de que se trate, y según el liderazgo y relaciones que se establezcan entre los trabajadores y sus jefes. Los lugares de trabajo que se caracterizan por presentar un buen clima laboral, se definen en que sus trabajadoras y trabajadores tienen orgullo de pertenecer a la Empresa, además de un auto exigencia, entrega y disciplina en su lugar de trabajo, todo esto acompañado de un deseo de asumir nuevas tareas y responsabilidades. Por otro lado, los empleadores conceden gran importancia a las personas y les reconocen el trabajo bien hecho, los líderes escuchan opiniones positivas y negativas por parte de los trabajadores. Además, se potencia la camaradería y se insta a trabajar en equipo. Todo esto confluye en que los y las trabajadores/as se sienta más feliz y más comprometido con su organización, aumentando la productividad de la empresa. Es muy importante que las empresas realicen periódicamente y de forma sistemática, Estudios de Diagnósticos de Clima Organizacional. Este diagnóstico se considera como un insumo clave para detectar puntos críticos y de esta forma poder corregir factores que puedan afectar su motivación o desempeño, así como también efectuar intervenciones en las estructuras

organizacionales en conjunto con una planificación estratégica, mejorando los sistemas de comunicación. Todo esto generará que las personas tengan mejores logros en sus objetivos laborales y contribuyan a mejorar la productividad de la organización.





CAPITULO I

PLANTEAMIENTO TEÓRICO

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO.

1.1. PROBLEMA

¿Cuál es la importancia del clima organizacional para un desempeño eficiente del área de marketing en las MYPES de la Ciudad de Arequipa en el año 2013?

1.2. DESCRIPCIÓN

CAMPO

Ciencias Sociales.

ÁREA:

Administración de Empresas.

LÍNEA:

Los Recursos Humanos.

1.2.1. TIPO DE PROBLEMA

El tipo de problema es relacional.

1.2.2. VARIABLES

La presente investigación tiene dos variables

- Importancia del clima organizacional.
- Desempeño del área de marketing.

Para un mejor entendimiento a continuación se muestra una matriz de variables e indicadores.

CUADRO N° 01

VARIABLES E INDICADORES

TITULO	VARIABLE INDEPENDIENTE	INDICADORES
<p>La importancia del clima organizacional para el desempeño Eficiente del área de marketing en las MYPES de la Ciudad de Arequipa en el año 2013.</p>	<p>Importancia del clima organizacional</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura. • Responsabilidad. • Recompensa. • Desafío. • Relaciones. • Cooperación. • Estándares. • Conflictos. • Identidad.
	<p>VARIABLE DEPENDIENTE</p>	<p>INDICADORES</p>
	<p>Para un buen desempeño del área de marketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rendimiento. • Eficiencia en el proceso. • Atención al cliente • Satisfacción del cliente.

Fuente: Propia.

1.2.3. INTERROGANTES BÁSICAS:

- ¿Un buen clima organizacional incrementa el desempeño en el área de marketing?
- ¿Un mal clima organizacional disminuye el desempeño en el área de marketing?

- ¿Cuánto influye el clima organizacional en el área de marketing?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Un buen clima organizacional es favorable en cualquier organización, no es un costo hay que tomarlo como una inversión a largo plazo.

Los RR.HH son el potencial para la competitividad de la empresa, en los tiempos actuales es muy importante valorarlo y prestarle la debida atención, sobre todo en las empresas arequipeñas y peruanas ya que la actividad de ellas aportan el 42% del PBI.

Una organización con una disciplina demasiado rígida, con demasiadas presiones al personal, solo obtendrá logro a corto plazo, pero a largo plazo será desplazado del mercado que cada vez es más competitivo.

Un clima positivo propicia una mayor motivación y por tanto una mejor productividad por parte de los trabajadores.

Otra ventaja importante de un clima organizacional adecuado aumenta el compromiso y de lealtad hacia la empresa, esto se ve manifestado en un aumento de la productividad y una satisfacción del cliente.

Dentro del análisis también tomamos en cuenta como se sienten los jefes del área con el desempeño del área de marketing, las respuestas que obtuvimos en general fueron las siguientes:

- En la mayoría de los casos, los jefes del área de marketing se sienten contentos en su área cuando logran los objetivos trazados.

- Muchas veces la productividad del área no se ve reflejado en los resultados, porque también depende del área de ventas; argumentan que no sirve en algunas ocasiones la campaña de marketing, cuando el área de ventas no cierra la venta del público que viene a solicitar información.
- Afirman que cuando existen conflictos dentro del área, el trabajo se hace más pesado, pero como jefes de área deben de solucionarlo.
- En general se sienten bien en su área de trabajo, ya que ellos toman de decisiones, y está en sus manos que tipo de estrategia utilizar y con quienes trabajar.
- Mayormente funciona mejor su área cuando la jerarquía es vertical.
- No pueden trabajar de forma horizontal, por la falta de profesional competitivo, responsable e identificado con la empresa.

1.4. OBJETIVO GENERAL:

Determinar la importancia del clima organizacional para un desempeño eficiente del área de marketing en las MYPES de la Ciudad de Arequipa en el año 2013

1.4.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Analizar si un buen clima organizacional incrementa el desempeño en el área de marketing.
- Analizar si un mal clima organizacional disminuye el desempeño en el área de marketing.
- Realizar el levantamiento de información cualitativo.

- Cuantificar el resultado cualitativo con herramientas estadísticas.
- Mostrar los resultados del análisis del área de marketing de cada empresa.

1.5. MARCO TEÓRICO:

1.5.1. CLIMA ORGANIZACIONAL:

Es el nombre dado por diversos autores; al ambiente generado por las emociones de los miembros de un grupo u organización, el cual está relacionado con la motivación de los empleados. Se refiere tanto a la parte física como emocional. El concepto se asimila al de dinámica de grupo al analizar las fuerzas internas que inciden en el ambiente laboral como resistencia al cambio. Fue el sociólogo Kurt Lewin quien desarrolló un análisis del campo de fuerzas, como modelo con el cual describía cualquier nivel presente de rendimiento.

El clima organizacional es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. Influye en la satisfacción y por lo tanto en la productividad, está relacionado con el "saber hacer" del directivo, con los comportamientos de las personas, con su manera de trabajar y de relacionarse, con su interacción con la empresa, con las máquinas que se utilizan, con la propia actividad de cada uno; es la alta dirección, con su cultura y con sus sistemas de gestión, la que proporciona o no, el terreno adecuado para un buen clima laboral, forma parte de las políticas de personal y de recursos humanos la mejora de ese ambiente con el uso de técnicas precisas; mientras que un "buen clima" se orienta hacia los objetivos generales, un negativo destruye el ambiente de trabajo ocasionando situaciones de conflicto y de bajo

rendimiento, para medir el clima laboral lo normal es utilizar escalas de evaluación.

En las organizaciones el clima organizacional es una garantía plena de desarrollo y éxito para la organización y toda su gente, no habrá barreras donde la gente no llegue, porque su fuerza interior es más grande que todos los obstáculos, así poder alcanzar cualquier meta.

El personal de una organización con buen clima organizacional, siente orgullo de trabajar en ésta, ama su organización, garantiza el ahorro al dar buen uso y cuidado de las cosas que usa, en suma es una garantía plena para lograr los objetivos más osados; es fácil advertir a las personas por el estado de ánimo y la autoestima reflejada en la personalidad en qué tipo de empresa trabaja, posiblemente si procede de una organización cuyo clima laboral es saludable, gozará de buena salud anímica y mental, será más positivo, optimista de la vida y de las personas, será más tolerante a las adversidades, estará presto a colaborar y ayudar a la gente, se sentirá más seguro de sí mismo, sentirá que su organización lo engrandece, si procede de una organización cuyo clima laboral es disfuncional, posiblemente puede ser más irascible, amargado, con poca tolerancia, se sentirá frustrado, intolerante, predispuesto a enfermedades psicosomáticas.

Las propiedades en su conjunto son medibles en el clima organizacional se refiere al ambiente de trabajo, según son percibidas por quienes trabajan en él, para las empresas resulta importante medir y conocer el clima organizacional, ya que éste puede impactar significativamente los resultados, numerosos estudios han indicado que el clima organizacional puede hacer la diferencia entre una empresa de buen desempeño y otra de bajo desempeño. El ambiente donde una

persona desempeña su trabajo diariamente, el trato que un jefe puede tener con sus subordinados, la relación entre el personal de la empresa e incluso la relación con proveedores y clientes, todos estos elementos van conformando lo que se denomina: Clima Organizacional, éste puede ser un vínculo o un obstáculo para el buen desempeño de la organización en su conjunto o de determinadas personas que se encuentran dentro o fuera de ella, puede ser un factor de distinción e influencia en el comportamiento de quienes la integran, es la expresión personal de la "percepción" que los trabajadores y directivos se forman de la organización a la que pertenecen y que incide directamente en el desempeño de la organización.

Este tema ha despertado el interés de los estudiosos del campo del comportamiento organizacional y la administración, se le ha llamado de diferentes maneras: Ambiente, Atmósfera, clima organizacional, etc., sin embargo, sólo en las últimas décadas se han hecho esfuerzos por explicar su naturaleza e intentar medirlo, de todos los enfoques sobre el concepto de clima organizacional, el que ha demostrado mayor utilidad es el que ve como elemento fundamental las percepciones que el trabajador tiene de las estructuras y procesos que ocurren en un medio laboral. Los factores extrínsecos e intrínsecos de la organización influyen sobre el desempeño de los miembros dentro de la organización y dan forma al ambiente en que la organización se desenvuelve.

En la organización las características del medio ambiente de la organización en que se desempeñan los miembros de ésta pueden ser externas o internas, las cuales son directa o indirectamente por los miembros que se desempeñan en ese medio ambiente, esto último determina el clima organizacional, ya que cada miembro tiene una percepción distinta del medio

en que se desenvuelve, es un cambio temporal en las actitudes de las personas que se puede 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.

Entre las percepciones y respuestas que abarcan el clima organizacional se originan en una gran variedad de factores, unos abarcan los factores de liderazgo y prácticas de dirección, tipos de supervisión: autoritaria, participativa, etc., otros factores están relacionados con el sistema formal y la estructura de la organización: sistema de comunicaciones, relaciones de dependencia, promociones, remuneraciones, etc.; otros son las consecuencias del comportamiento en el trabajo: sistemas de incentivo, apoyo social, interacción con los demás miembros.

La manifestación de inestabilidad en el 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, se puede nombrar las siguientes: logro, afiliación, poder, productividad, baja rotación, satisfacción, adaptación, innovación, y las

consecuencias negativas, se pueden señalar las siguientes: inadaptación, alta rotación, ausentismo, poca innovación, baja productividad, etc. 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 cómo se tornan las relaciones dentro y fuera de la organización.

Dentro de una organización se pueden encontrar diversas escalas de climas organizacionales, de acuerdo a cómo éste se vea afectado o beneficiado, el estudio del comportamiento que tienen las personas dentro de una empresa es un reto nunca antes pensado por los gerentes y que hoy constituye una de las tareas más importantes; la organización debe buscar adaptarse a la gente que es diferente ya que el aspecto humano es el factor determinante dentro de la posibilidad de alcanzar los logros de la organización, dentro del estudio del comportamiento organizacional se consideran variables dependientes e independientes.

Las variables dependientes que consideran son las siguientes:

- Productividad: La empresa es productiva si entiende que hay que tener eficacia, el logro de metas y ser eficiente, que la eficacia vaya de la mano del bajo costo al mismo tiempo.
- Ausentismo: Toda empresa debe mantener bajo el ausentismo dentro de sus filas porque este factor modifica de gran manera los costos, no cabe duda que la empresa no podrá llegar a sus metas si la gente no va a trabajar.
- Satisfacción en el trabajo: Que la cantidad de recompensa que el trabajador recibe por su esfuerzo sea equilibrada y que los mismos empleados se sientan conformes y estén convencidos que es eso lo que ellos merecen.

Las variables independientes que afectan el comportamiento individual de las personas son:

- Variables del nivel individual: Que son todas aquellas que posee una persona y que la han acompañado desde su nacimiento, como sus valores, actitudes, personalidad y sus propias habilidades que son posiblemente modificables por la empresa y que influirían en su comportamiento dentro de la empresa.
- Variables a nivel de grupo: El comportamiento que tienen las personas al estar en contacto con otras es muy distinto, por lo que esto representa un factor de estudio para las organizaciones.
- Variable a Nivel de Sistemas de Organización: Los individuos y los grupos conformarán la organización, en consecuencia los procesos de trabajo, las políticas y las prácticas que realice la organización tendrán un impacto que debe analizarse.

Después de tener claro cuáles son las variables que afectan el comportamiento organizacional, está claro que éste ayuda al gerente en los siguientes aspectos:

- Ver el valor de la diversidad de la fuerza laboral a través del conocimiento cultural del individuo lo que permitirá conocer cómo ajustar las políticas de la empresa.
- Mejorar la calidad y productividad del empleado, permitiendo desarrollar sistemas de aprendizajes adecuados con el objeto de lograr cambios positivos en la organización.
- Servir de guía en la creación de un clima de trabajo saludable donde la ética y la moral vayan de la mano.

- Ofrecer conocimientos específicos para mejorar las habilidades interpersonales.

La satisfacción laboral puede definirse como la actitud del trabajador frente a su propio trabajo, dicha actitud está basada en las creencias y valores que el trabajador desarrolla de su propio trabajo, las actitudes son determinadas conjuntamente por las características actuales del puesto como por las percepciones que tiene el trabajador de lo que "deberían ser". Además, se puede establecer dos tipos o niveles de análisis en lo que a satisfacción se refiere:

Satisfacción General; indicador promedio que puede sentir el trabajador frente a las distintas facetas de su trabajo.

Las facetas de grado mayor o de menor satisfacción frente aspectos específicos de su trabajo: reconocimiento, beneficios, condiciones del trabajo, supervisión recibida, compañeros del trabajo, políticas de la empresa, la satisfacción laboral está relacionada al clima organizacional de la empresa y al desempeño laboral.

El modelo tentativo de factores determinantes de satisfacción laboral de acuerdo a los hallazgos, investigaciones y conocimientos acumulados, se considera que los principales factores que determinan la satisfacción laboral son:

Reto del trabajo, sistema de recompensas justas, condiciones favorables de trabajo, colegas que brinden apoyo, compatibilidad entre personalidad y puesto de trabajo. La satisfacción se genera a partir de la gratificación de las necesidades particulares de cada asociado, particularmente a partir del ejercicio de su dotación exclusiva de talentos, habilidades, valores, conocimientos y motivaciones, así como

su incorporación al ambiente, departamento y puesto adecuados.

Los gerentes hacen un seguimiento de la satisfacción laboral, debido a que ésta es un indicador importante de la capacidad de las organizaciones para responder a las necesidades de sus empleados, se desarrollan métodos para medir la satisfacción laboral; todos ellos son indirectos, dado que la satisfacción laboral solo se puede inferir: es algo intangible y personal, entre estos métodos, cabe citar: La observación del comportamiento de los empleados, entrevistas con los empleados, los cuestionarios en cuanto la satisfacción laboral, el método más económico y confiable es la utilización de los cuestionarios escritos.

La motivación laboral es “la voluntad de ejercer altos niveles de esfuerzo hacia las metas organizacionales, condicionados por la capacidad del esfuerzo de satisfacer alguna necesidad individual” y necesidad de acuerdo al mismo es “algún estado interno que hace que ciertos resultados parezcan atractivos”, mucha gente percibe la motivación como una característica personal, ya que algunas personas la tienen y otras no, y hay algunos gerentes que etiquetan a los empleados que parecen carecer de motivación, como perezosos.

Diversos autores han presentado teorías sobre la satisfacción en el trabajo, las cuales se pueden agrupar en tres grandes enfoques:

- Un primer enfoque, basado en el modelo de las expectativas, plantea que la satisfacción en el trabajo está en función de las discrepancias percibidas por el individuo entre lo que él cree debe darle el trabajo y lo que realmente obtiene como producto o gratificación.

- Un segundo enfoque teórico, plantea que la satisfacción en el trabajo es producto de la comparación entre los aportes que hace el individuo al trabajo y el producto o resultado obtenido. Esta misma tendencia llamada equidad plantea también que esta satisfacción o insatisfacción es un concepto relativo y depende de las comparaciones que haga el individuo en términos de aporte y los resultados obtenidos por otros individuos en su medio de trabajo o marco de referencia.

- Por último, la teoría de los dos factores plantea que existen dos tipos de factores motivacionales; un primer grupo, extrínsecos al trabajo mismo, denominados "de higiene o mantención", entre los que podrán enumerarse: el tipo de supervisión, las remuneraciones, las relaciones humanas, las condiciones físicas de trabajo; un segundo grupo, intrínsecos al trabajo, denominados "motivadores", entre los que se distinguen: posibilidades de logro personal, promoción, reconocimiento y trabajo interesante. Los primeros son factores que producen efectos negativos en el trabajo si no son satisfechos, pero su satisfacción no asegura que el trabajador modifique su comportamiento mientras que en los segundos factores la satisfacción sí motiva a trabajar y desplegar un mayor esfuerzo.

Los tres enfoques anteriores son complementarios y se pueden resumir diciendo que "la satisfacción en el trabajo nos muestra las discrepancias entre lo que un individuo espera obtener en su trabajo en relación a los que invierten en él, los miembros de su grupo de referencia y lo que realmente obtiene él; en comparación a los compañeros, siendo diferentes las actitudes si se trata de factores extrínsecos o intrínsecos al trabajo mismo.

En el clima organizacional, una buena adaptación significa “salud mental”, las tres características principales de las personas mentalmente sanas son: Las personas se sienten bien consigo mismo, se siente bien en relación con otras personas y son capaces de enfrentar las demandas de la vida y de las circunstancias, está íntimamente relacionado con la motivación de los miembros de la organización, cuando la motivación entre los participantes es elevada, el clima organizacional tiende a ser elevado y a proporcionar relaciones de satisfacción, ánimo, interés y colaboración entre los participantes. Sin embargo, cuando la motivación entre los miembros es baja, ya sea por frustración o por barreras para la satisfacción de las necesidades individuales, el clima organizacional tiende a bajar y se caracteriza por estados de desinterés, apatía, insatisfacción, depresión, en casos extremos llegan a estados de conformidad, agresividad o tumulto; situaciones en las que los miembros se enfrentan abiertamente contra la organización, como en los caso de huelga, manifestaciones, etc., de manera que el clima organizacional representa el ambiente interno que hay entre los miembros de la organización y que está íntimamente relacionado con el grado de motivación existente, puede variar dentro del continuum.

El clima organizacional dentro de una organización, expresa la influencia del ambiente sobre la motivación de los participantes, de tal manera que se puede describir con la cualidad o propiedad del ambiente organizacional que perciben o experimentan sus miembros y que influyen en su conducta, este término se refiere específicamente a las propiedades motivacionales del ambiente organizacional, es decir, a los aspectos de la organización que causan diferentes tipos de motivación en sus participantes. El clima organizacional es alto

y favorable en aquellas situaciones que proporcionan satisfacción de las necesidades, influye sobre el estado motivacional de las personas y a su vez recibe influencia de este: es como si hubiera una retroalimentación recíproca entre el estado motivacional de las personas y el clima organizacional.

Los continuum niveles del clima organizacional lo conforma el nivel elevado compuesto por: excitación, orgullo, euforia, entusiasmo, optimismo, calor y reciprocidad, seguidamente el nivel bajo que se divide en frialdad, distanciamiento, pesimismo, rebeldía, agresividad, depresión y desconfianza.

- **TIPOS DE CLIMA Y FACTORES QUE LO DETERMINAN**

Existen algunas aportaciones recurrentes que han dado como resultado propuestas de dimensiones del clima laboral que permiten fijar las principales variables de los modelos que perfilan la determinación y medición de su comportamiento en las organizaciones, existen cuatro factores fundamentales:

- Contexto, tecnología y estructura.
- Posición jerárquica del individuo y remuneración.
- Factores personales: Personalidad, actitudes y nivel de satisfacción.
- Percepción que tienen sobre el clima organizacional los subordinados, los colegas y los superiores.

Complementariamente a éstos componentes existen tres tipos de variables que determinan las características de la organización:

- Causales: Son variables independientes que determinan el sentido en que una organización evoluciona así como los resultados desencadenados, además, este tipo de variables pueden ser modificadas o transformadas.
- Intermedias: Éstas variables reflejan el estado interno y la salud de una organización. Son los constituyentes de los procesos organizacionales de la empresa.
- Finales: Son las variables dependientes que resultan del efecto conjunto de las dos precedentes. Estas variables reflejan los resultados obtenidos por la organización.

La combinación y la interacción de éstas variables permiten determinar dos grandes tipos de clima organizacional, cada uno de los cuales cuenta con dos sistemas:

- Autoritario.
- Autoritarismo Paternalista.
- Participativo o Consultivo.
- Participación en Grupo.

A. CLIMA DE TIPO AUTORITARIO

En el tipo de clima de autoritarismo explotador la dirección no tiene confianza en sus empleados, se vive una atmosfera de miedo, castigos, amenazas, recompensas y la satisfacción de las necesidades permanece en los niveles psicológicos y de seguridad, se tienen procesos de control fuertemente centralizados; además, se presenta un ambiente estable y aleatorio. La mayor parte de las decisiones y de los objetivos se toman o se determinan en la cima de la organización y se distribuyen según una función puramente descendente.

B. AUTORITARISMO PATERNALISTA

El tipo de clima de autoritarismo paternalista es en el que la dirección tiene una confianza condescendiente en los 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; la dirección juega con las necesidades sociales de sus empleados, que tiene la impresión de trabajar en un ambiente estable y estructurado.

C. CLIMA DE TIPO PARTICIPATIVO O CONSULTIVO

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

D. PARTICIPACIÓN EN GRUPO

En el sistema de la participación en grupo la dirección tiene plena confianza en sus empleados, los procesos de toma de decisiones están diseminados en toda la organización y muy bien integrados a cada uno de los niveles, la comunicación no se hace solamente de manera ascendente o descendente sino también de forma lateral. Los empleados están motivados por la participación y la implicación, por el establecimiento de objetivos de rendimiento, por el mejoramiento de los métodos de trabajo y por la evaluación del rendimiento en función de los objetivos, existe una relación de amistad, confianza entre los

superiores y los subordinados, hay muchas responsabilidades acordadas en los niveles de control con una implicación muy fuerte de los niveles inferiores.

- **FACTORES QUE AFECTAN EL CLIMA ORGANIZACIONAL**

Para que un administrador logre que su grupo trabaje con celo y entusiasmo es necesario que lo mantenga altamente motivado, algunas veces esto no es fácil, debido a que existen grupos heterogéneos con necesidades diferentes y muchas veces desconocidas por el director, hay diversos factores o variables que afectan la motivación dentro de las organizaciones.

Las variables mencionadas anteriormente son:

- Las características individuales son: Los intereses, actitudes y necesidades que una persona trae a una organización, que difieren de las de otras personas, por tanto sus motivaciones serán distintas.
- Las características del trabajo: Son aquellas inherentes a las actividades que va a desempeñar o desempeñarse el empleado, pueden o no satisfacer sus expectativas personales.
- Las características de la situación de trabajo: Son los factores del ambiente laboral del individuo, que se traducen en acciones organizacionales que influyen y motivan a los empleados.

El conocimiento de las características individuales, aunque no pueden ser tomadas como la base para elaborar un modelo único de motivación que se puede aplicar a cualquier trabajador en cualquier situación, es importante para orientar al grupo hacia su satisfacción laboral y proporcionarles incentivos adecuados para su realización personal.

Una de las variables que afectan a los empleados de este departamento son las características del trabajo, ya que se puede o no satisfacer las expectativas de cada uno de ellos sin que se vea afectado el desempeño de los mismos dentro de la institución.

La medición del clima organizacional se suele hacer mediante encuestas aplicadas a los trabajadores de una organización, o de algún área dentro de ella que se quiera medir, aunque existen distintos instrumentos, metodologías y encuestas para medir el clima organizacional, casi todos coinciden en la necesidad de medir las propiedades o variables en dos partes: una, el clima organizacional existente en la actualidad, y otra, el clima organizacional como debería ser. La brecha entre ambas mediciones es de gran utilidad para diagnosticar problemas organizacionales, que pudieran ser posteriormente explorados y corregidos.

Algunas de las variables relevantes a la hora de medir el clima laboral, y que han demostrado hacer una importante diferencia en los resultados de una organización, incluyen: flexibilidad, responsabilidad, estándares, forma de recompensar, claridad y compromiso de equipo.⁹

El clima organizacional comprende de nueve componentes: La Estructura, la responsabilidad o autonomía en la toma de decisiones, la recompensa recibida, el desafío de las metas, las relaciones y la cooperación entre sus miembros, los estándares de productividad, el manejo del conflicto, la identificación con la organización.

a) CULTURA ORGANIZACIONAL

Serna H. Gerencia Estratégica

La cultura, es el resultado de un proceso en el cual los miembros de la organización interactúan en la toma de decisiones para la solución de problemas inspirados en principios, valores, creencias, reglas y procedimientos que comparten y que poco a poco se han incorporado a la empresa

García S y Dolan 1997, La dirección Por valores

Definen la cultura como "... la forma característica de pensar y hacer las cosas... en una empresa... por analogía es equivalente al concepto de personalidad a escala individual."

Valle (1995) Valle, R. 1995. Gestión Estratégica de Recursos Humanos

Establece que la cultura de una organización es "... fruto de la experiencia de las personas y de alguna manera, conforman las creencias, los valores y las asunciones de éstas." (Pág.96)

Granell (1997)

Define el término cultura como "... aquello que comparten todos o casi todos los integrantes de un grupo social..." esa interacción compleja de los grupos sociales de una empresa está determinado por los "... valores, creencia, actitudes y conductas." (Pág.2)

Chiavenato (1989)

Presenta la cultura organizacional cómo " un modo de vida, un sistema de creencias y valores, una forma aceptada de interacción y relaciones típicas de determinada organización."

b) CLIMA ORGANIZACIONAL

Del planteamiento presentado sobre la definición del término clima organizacional, se infiere que el clima se relaciona al ambiente de trabajo propio de la organización. Dicho ambiente ejerce influencia directa en la conducta y el comportamiento de sus miembros. En tal sentido se puede afirmar que el clima organizacional es el reflejo de la cultura más profunda de la organización. En este mismo orden de ideas es pertinente señalar que el clima determina la forma en que el trabajador percibe su trabajo, su rendimiento, su productividad y satisfacción en la labor que desempeñan.

El Clima no se ve ni se toca, pero tiene una existencia real que afecta todo lo que sucede dentro de la organización y a su vez el clima se ve afectado por casi todo lo que sucede dentro de esta. Una organización tiende a atraer y conservar a las personas que se adaptan a su clima, de modo que sus patrones se perpetúen.

c) COMPONENTES Y RESULTADOS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL.

La forma en que los empleados ven la realidad y la interpretación que de ella hacen, tiene una vital importancia para la organización. Las características individuales de un trabajador actúan como un filtro a través del cual los fenómenos objetivos de la organización y los comportamientos de los individuos que la conforman son interpretados y analizados para constituir la percepción del clima en la organización.

Si las características psicológicas de los trabajadores, como las actitudes, las percepciones, la personalidad, los valores y el

nivel de aprendizaje sirven para interpretar la realidad que los rodea, estas también se ven afectadas por los resultados obtenidos en la organización, de esto se infiere entonces que el clima organizacional es un fenómeno circular en el que los resultados obtenidos por las organizaciones condiciona la percepción de los trabajadores, que condicionan el clima de trabajo de los empleados.

La teoría de clima Organizacional de LIKERT (CITADO POR BRUNET, 1999) establece que el comportamiento asumido por los subordinados depende directamente del comportamiento administrativo y las condiciones organizacionales que los mismos perciben, por lo tanto se afirma que la reacción estará determinada por la percepción.

LUC BRUNET 1999, El Clima en las Organizaciones establece tres tipos de variables que definen las características propias de una organización y que influyen en la percepción individual del clima. En tal sentido se cita:

- Variables causales: definidas como variables independientes, las cuales están orientadas a indicar el sentido en el que una organización evoluciona y obtiene resultados. Dentro de las variables causales se citan la estructura organizativa y la administrativa, las decisiones, competencia y actitudes.
- Variables Intermedias: este tipo de variables están orientadas a medir el estado interno de la empresa, reflejado en aspectos tales como: Motivación, rendimiento, comunicación y toma de decisiones. Estas variables revistan gran importancia ya que son las que constituyen los procesos organizacionales como tal de la Organización.

- Variables finales: estas variables surgen como resultado del efecto de las variables causales y las intermedias referidas con anterioridad, están orientadas a establecer los resultados obtenidos por la organización tales como productividad, ganancia y pérdida.

El Clima Organizacional Según GONCALVES "Dimensiones del clima organizacional", Sociedad Latinoamericana para la Calidad

De todos los 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 un medio laboral.

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. Estos comportamientos inciden en la organización, y por ende, en el clima organizacional

d) LITWIN Y STINGER (1978)

Según Litwin 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.

Litwin y Stinger postulan la existencia de nueve dimensiones que explicarían el clima existente en una determinada empresa.

Cada una de estas dimensiones se relaciona con ciertas propiedades de la organización

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

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

- Las percepciones y respuestas que abarcan el Clima Organizacional se originan en una gran variedad de factores:
- Factores de liderazgo y prácticas de dirección (tipos de supervisión: autoritaria, participativa, etc.).
- Factores relacionados con el sistema formal y la estructura de la organización (sistema de comunicaciones, relaciones de dependencia, promociones, remuneraciones, etc.).
- Las consecuencias del comportamiento en el trabajo (sistemas de incentivo, apoyo social, interacción con los demás miembros, etc.).

Basándonos en 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.).”

e) MOTIVACIÓN SEGÚN TEORÍA DE ABRAHAM MASLOW.

Su obra "Personalidad y Motivación".

Es un psicólogo que estudia las necesidades del ser humano. La teoría sobre la motivación es la teoría más conocida, la jerarquía de las necesidades concibió en las necesidades humanas bajo la forma de una pirámide la cual va de abajo hacia arriba, y concluyó que una vez satisfecha una serie de necesidades, éstas dejan de fungir como motivadores.

f) MERCADOTECNIA

En Administración el término mercadotecnia o mercadología (en inglés marketing) tiene diversas definiciones. Según Philip Kotler (considerado por algunos el padre de la mercadotecnia moderna),¹ es «el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios».² También se le ha definido como una filosofía de la dirección que sostiene que la clave para alcanzar los objetivos de la organización reside en identificar las necesidades y deseos del mercado objetivo y adaptarse para ofrecer las satisfacciones deseadas por el mercado de forma más eficiente que la competencia.

g) RENDIMIENTO

La idea rendimiento refiere a la proporción que surge entre los medios empleados para obtener algo y el resultado que se consigue. El beneficio o el provecho que brinda algo o alguien también se conocen como rendimiento.

h) ROTACIÓN DE PERSONAL

Se define como el número de trabajadores que salen y vuelven a entrar, en relación con el total de una empresa, sector, nivel jerárquico, departamento o puesto.

De acuerdo con Idalberto Chiavenato, la expresión de rotación de personal se utiliza para unir la fluctuación de personal entre una organización y su ambiente; en otras palabras, el intercambio de personas entre la organización y el ambiente está definido por el volumen de personas que ingresan y que salen de la organización.

i) PRODUCTIVIDAD

La productividad es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema. En realidad la productividad debe ser definida como el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida

j) ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

La estructura organizativa del trabajo que tenga una empresa influye directamente en la percepción que pueda tener un trabajador de sus condiciones laborales y en su rendimiento profesional.

Una estructura organizativa muy vertical, con una larga cadena de mando y tramos de control corto no favorece el trabajo en equipo, por el contrario las estructuras horizontales facilitan mejor el trabajo en equipo.

La estructura organizacional influye en la cantidad de reglas, procedimientos, trámites y otras limitaciones a que se ven enfrentados los trabajadores en el desarrollo de su trabajo.

1.5.2. DESEMPEÑO LABORAL

El desempeño laboral es la forma en que los empleados realizan su trabajo. Éste se evalúa durante las revisiones de su rendimiento, mediante las cuales un empleador tiene en cuenta factores como la capacidad de liderazgo, la gestión del tiempo, las habilidades organizativas y la productividad para analizar

cada empleado de forma individual. Las revisiones del rendimiento laboral por lo general se llevan a cabo anualmente y pueden determinar que se eleve la elegibilidad de un empleado, decidir si es apto para ser promovido o incluso si debiera ser despedido.

1.5.3. EFICIENCIA

La palabra eficiencia proviene del latín 'efficientia' que en español quiere decir: acción, fuerza, producción. Se define como la capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un objetivo determinado con el mínimo de recursos posibles viable. No debe confundirse con eficacia que se define como la capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera.

1.5.4. RENDIMIENTO

Hace referencia al resultado deseado efectivamente obtenido por cada unidad que realiza la actividad económica.

1.5.5. AUSENTISMO LABORAL

Es considerado un factor que reduce seriamente la productividad. Para disminuirlo las empresas han acudido a diversos tipos de sanciones, a estimular a los trabajadores que cumplen regularmente con sus obligaciones o a flexibilizar los horarios, reduciendo de este modo los motivos que los empleados tienen para faltar.

1.5.6. MYPES

Constituyen uno de los pilares de la economía nacional porque además de generar el autoempleo, promueven la competitividad y formalización de la economía, redundando en el crecimiento y desarrollo del país; de ahí el interés del Estado

de promover a estas pequeñas unidades económicas con capitales pequeños dedicadas a la extracción, transformación, producción o comercialización para que se desarrollen.

1.5.7. ROTACIÓN DE TRABAJADORES

Las empresas con una alta rotación de empleados generalmente son vistas desde una luz negativa. Una percepción común es que debe haber algo mal con la empresa para que continúe perdiendo empleados durante una cantidad significativa de tiempo. Además de la percepción negativa, las altas tasas de rotación también le cuestan a la empresa una gran cantidad de tiempo y dinero.

1.5.8. ÁREA DE MARKETING

En Administración el término mercadotecnia o mercadología (en inglés *marketing*) tiene diversas definiciones. Según Philip Kotler (considerado por algunos el padre de la mercadotecnia moderna),¹ es «el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios».² También se le ha definido como una filosofía de la dirección que sostiene que la clave para alcanzar los objetivos de la organización reside en identificar las necesidades y deseos del mercado objetivo y adaptarse para ofrecer las satisfacciones deseadas por el mercado de forma más eficiente que la competencia.

La mercadotecnia es también un proceso que comprende la identificación de necesidades y deseos del mercado objetivo, la formulación de objetivos orientados al consumidor, la construcción de estrategias que creen un valor superior, la implantación de relaciones con el consumidor y la retención del valor del consumidor para alcanzar beneficios.

1.6. HIPÓTESIS

Dado que:

Hoy en día los trabajos de las MYPES son influenciados en su desempeño laboral. Un buen clima organizacional es fundamental para un eficiente desempeño del área de marketing,

Es probable que:

Llevando a cabo un estudio del comportamiento personal y laboral de los trabajadores en el área de Marketing podemos determinar que si es viable generar un buen clima organizacional para los trabajadores del área de Marketing





CAPITULO II
PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

CAPITULO II

PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN:

Utilizaremos el método Inductivo, porque iniciamos con la observación de fenómenos particulares como, quejas, indisciplina etc. para llegar a premisas generales como el desempeño de la empresa.

1.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Las técnicas para recolectar la información serán:

- La observación.
- Entrevistas.
- Encuestas.

Utilizaremos fuentes secundarias como:

- Textos.
- Artículos.
- Revistas.
- Prensa.

1.2 CAMPO DE VERIFICACIÓN

1.2.1 ÁMBITO

Nuestro ámbito de estudio es en la ciudad de Arequipa, específicamente 5 MYPES.

- Centro de Estudios Económicos de Arequipa E.I.R.L.
- CENERGIA E.I.R.L. (Control Eléctrico de Energía EIRL)
- PISKNIKO E.I.R.L. Escuela de Formación Psicológica.
- J y M Contadores Asociados.
- IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L.

1.2.2 TEMPORALIDAD

El presente trabajo de investigación será el año 2013 y parte del 2014.

1.2.3 UNIDADES DE ESTUDIO

Del Universo (Arequipa) se tomara una población de 5 empresas, de las cuales tomaremos una muestra de 4 trabajadores por empresa, haciendo un total de 20 personas, tanto de empresas de productos como de servicios.

1.3 ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la recolección de datos de la variable independiente (*Clima Organizacional*) por ser un tema de comportamiento de los RR.HH. recurriremos principalmente a la observación y entrevista, para evitar el sesgo en las encuestas que serán una herramienta solo de apoyo.

Para el caso de la variable dependiente (*Desempeño del área de marketing*) utilizaremos datos secundarios brindado por Gerencia, como fidelidad del cliente, cumplimiento, satisfacción etc.

1.4 RECURSOS NECESARIOS:

1.4.1 HUMANOS:

Para realizar la investigación requeriremos de profesionales entendidos en el tema, para evitar vacíos y/o errores, los cuales tienen el siguiente perfil:

- Administrador.
- Economista.
- Psicólogo.

1.4.2 MATERIALES

Artículos de oficina, como papel, cuadernos, lapiceros, etc.

1.4.3 FINANCIEROS

Calculamos que la investigación tendrá un costo aproximado de S/. 6,000.00 nuevos soles, este precio está sujeto a algunos ajustes que se presenten en el camino de la investigación.





CAPITULO III

RESULTADOS

CAPITULO III

RESULTADOS

1. DESCRIPCIÓN DE LAS 5 EMPRESAS TOMADAS COMO MUESTRA PARA LA INVESTIGACIÓN:

Como se mencionó anteriormente se tomaron una muestra de 5 empresas en Arequipa las cuales nombramos a continuación:

a) Centro de Estudios Económicos de Arequipa E.I.R.L.

El Gerente General es el Econ. Christian Bedregal Carpio.

Ubicación: Avenida Unión N° 633 Miraflores.

Esta empresa se dedica a la consultoría en el área de procesos, implementa SGI “*Sistemas de Gestión Integrados*”,

ISOS 9001, SSO “*Sistemas de Seguridad Ocupacional*”.

También realizan capacitaciones a los trabajadores de las empresas en seguridad laboral y sistemas de calidad.

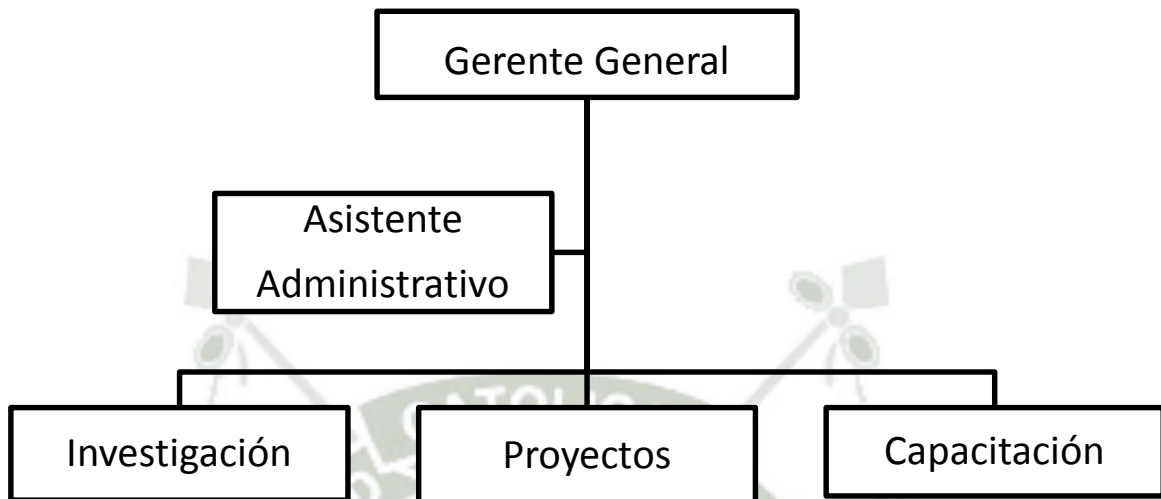
Realizan proyectos públicos SNIP “*Sistema Nacional de Inversión Pública*” y privados.

Y para finalizar realizan estudios de mercado con su encuestadora.

El organigrama de la empresa es el siguiente:

GRAFICO Nº 01

ORGANIGRAMA DE CENTRO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS E.I.R.L.



Fuente: Centro de Estudios Económicos E.I.R.L.

Como se puede observar en el organigrama la empresa tiene 5 áreas de trabajo: Gerencia, Administración, Investigación, Proyectos y Capacitación.

En el caso de las áreas de investigación, proyectos y capacitación, se trabaja con personal externo, que se les contrata en el momento del trabajo.

En este caso la responsabilidad del marketing recae sobre el Gerente General, el asistente administrativo y el área de investigación.

b) CENERGIA E.I.R.L.(Control Eléctrico de Energía EIRL)

El Gerente General es el Ing. Guillermo Jesús Yaranga.

Ubicado en Urbanización los Portales G-18 Cayma.

Se constituyó un 10 de diciembre del 2002 con el objetivo de controlar la energía en sus diversas facetas (eléctrica, eólicas, solar, químicas, caloríficas) usando como medio la tecnología en la electrotecnia y construcción. Toda la actividad de la empresa se realiza bajo el marco de los estándares de seguridad de personal-ambiental y la aplicación de normas nacionales e internacionales referidas a la calidad de las instalaciones, para de esta manera proteger las inversiones de nuestros clientes y hacerlas rentables a corto y mediano plazo con una amplia gama de soluciones ajustadas a las necesidades de nuestros clientes. El trabajo honesto es nuestra principal guía de desarrollo.

Dentro de nuestros principales servicios tenemos:

- **INSTALACIONES DE CABLEADO ESTRUCTURADO:**

El cableado estructurado es un sistema eficiente para la transmisión de información digital. Su construcción hace que su mantenimiento, expansión, facilidad de identificación de circuitos, etc. sea económico a corto y mediano plazo para el usuario; este sistema integra las señales de datos, voz, video, alarma contra intrusión, alarma contra incendios y sistemas automáticos aplicados a la domótica.

- **INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO DE GRUPO ELECTRÓGENO:**

Los grupos electrógenos estacionarios y portátiles alimentados a base de gas, gasolina y petróleo son los equipos más utilizados como equipo de reserva (stand by), a fin de mantener la continuidad de sus servicios en caso de interrupción del servicio eléctrico por parte del CONCESIONARIO que corresponde a la zona, por lo tanto, estos

equipos deben estar siempre en perfectas condiciones de operación para que puedan arrancar manualmente o automáticamente.

- **REMODELACIONES Y MONTAJES ELÉCTRICOS:**

El uso de la energía eléctrica es vital para el funcionamiento de toda organización y contar con una correcta instalación es mucho más importante, ya que, como consecuencia de su correcta ejecución los costos de operación y mantenimiento serán bajos y así no abra pérdida de energía ni fallas frecuentes en la red eléctrica, la mano de obra para las ampliaciones serán mínimas, los riesgos de accidente por choques eléctricos, por daños a los equipos instalados y los riesgos de incendios serán mínimos y deberán conseguir la aprobación inmediata de los inspectores de seguridad e higiene tales como INDECI, OSINERG y otros.

- **CONSTRUCCIÓN Y MANTENIMIENTO DE PARARRAYOS Y PUESTA A TIERRA:**

Pararrayos: Las descargas eléctricas de origen atmosférico siguen dañando equipos electrónicos y eléctricos como también a las personas y muchos de ellos con consecuencias fatales. La probabilidad de descarga aumenta en los lugares elevados o ambientes metálicos que terminan en bordes filosos, por ejemplo en torres para comunicaciones (radio, televisión, antenas en general, líneas de transmisión eléctrica, estructuras de edificios elevados, etc.) Y la posibilidad de daños aumenta en lugares donde se almacena combustible (gasolina, petróleo, gas GLP, gas GN, polvorines, solventes, pinturas, papeles, madera, etc.

Puesta a Tierra: Las cargas eléctricas de origen atmosférico, las sobretensiones transitorias y las estáticas de equipos y máquinas eléctricas deben descargarse, ya que, estos dañan a los equipos y a las personas; esa energía debe llevarse a un SPT (Sistema de Puesta

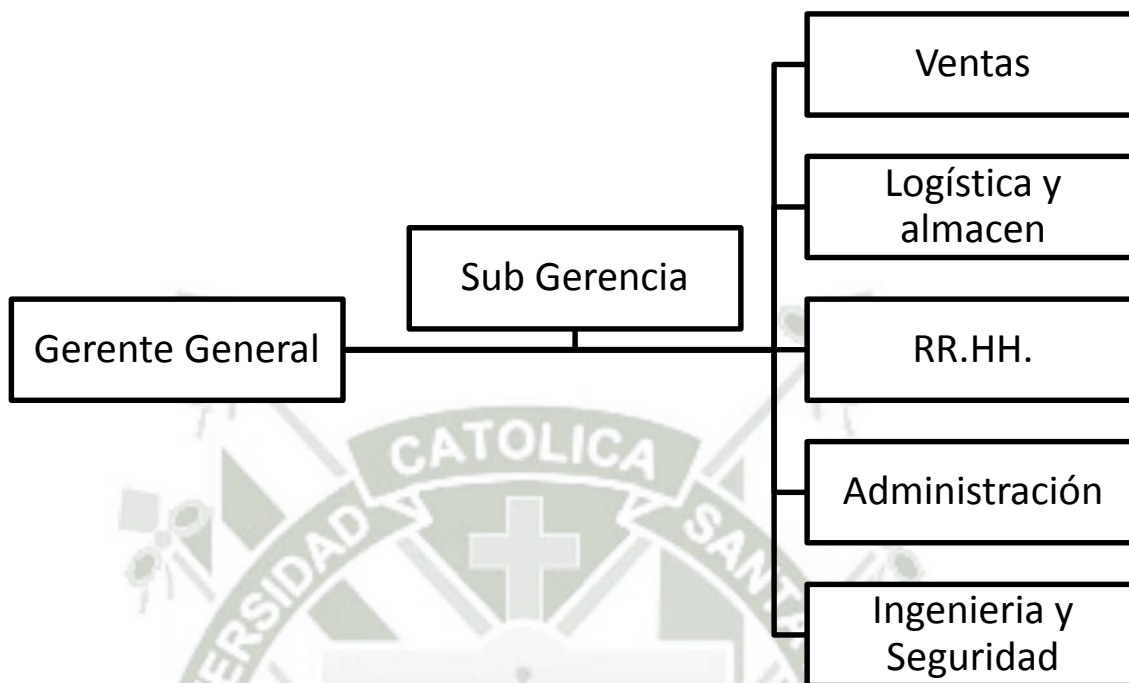
a Tierra). Para que la descarga sea eficaz y proteja realmente, debe estar bien construida, esto quiere decir que la “resistencia de paso sea baja”, la “estabilidad” (resistencia de paso sin variaciones) se mantenga igual o menor durante el periodo de garantía, también debe tener una “potencia de disipación” (capacidad de dispersión de alto volumen de energía sin que la puesta a tierra sufra daños) de acuerdo a la capacidad instalada del equipamiento eléctrico. Estas condiciones tienen que ser calculadas y ejecutadas en obra por personal que conoce este trabajo.

- **INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO DE UPS, ESTABILIZADORES Y TRANSFORMADORES DE AISLAMIENTO:**

Los equipos conocidos como UPS son ampliamente utilizados en ambientes donde es necesario evitar la interrupción de suministro de energía para equipos de comunicaciones cuando ocurra un corte intempestivo de energía por parte del concesionario. El UPS podrá suministrar energía solo por un período corto de tiempo (autonomía del UPS) que generalmente es menor a 15 minutos.

GRAFICO Nº 02

ORGANIGRAMA DE CENERGIA E.I.R.L.



Fuente: Cenergia E.I.R.L.

Para esta empresa en el caso de que se junten más de tres proyectos, entonces sub contrataran operarios.

c) PISKNIKO E.I.R.L.

Escuela de Formación Psicológica, El Gerente General es el Psi. Manuel Linares Portocarrero.

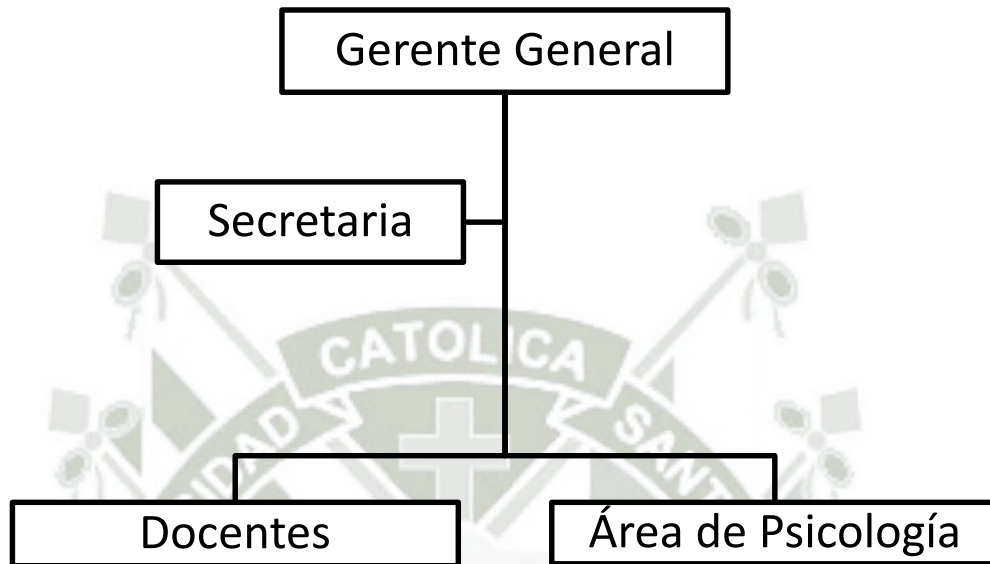
Ubicado en Av. Ejercito 906 – B – Urbanización Quinta Gamero B-7 Cayma.

Esta empresa apoya a las Empresas para: Mejorar el Clima Laboral, Optimizar las Relaciones Humanas, Controlar el estrés laboral, Potenciar la automotivación, Mejorar la eficacia en la comunicación, Fomentar el desarrollo de una conciencia ética, Programa de Capacitación en Atención al Cliente, Recursos Humanos y Responsabilidad Social, Seguridad, Higiene y Salud Ocupacional Etc., Planillas, Remuneraciones; Legislación Laboral Peruana, Marketing Empresarial y Personal (currículum Vitae), Responsabilidad Social más de 45 Programas de Capacitación Empresarial.



GRAFICO N° 03

ORGANIGRAMA DE PISGNIKO E.I.R.L.



Fuente: Pisgniko E.I.R.L.

La responsabilidad del marketing recae en el Gerente General.

d) J y M Contadores Asociados

El Gerente General es C.P.C José Vargas Paco. Ubicado en Centro Comercial Unión Mercaderes N° 406 Of. 216.

Brindamos servicios integrales en las áreas de contabilidad, auditoría, tributación, asesoría laboral, financiera y administrativa, con altos estándares de calidad y eficiencia.

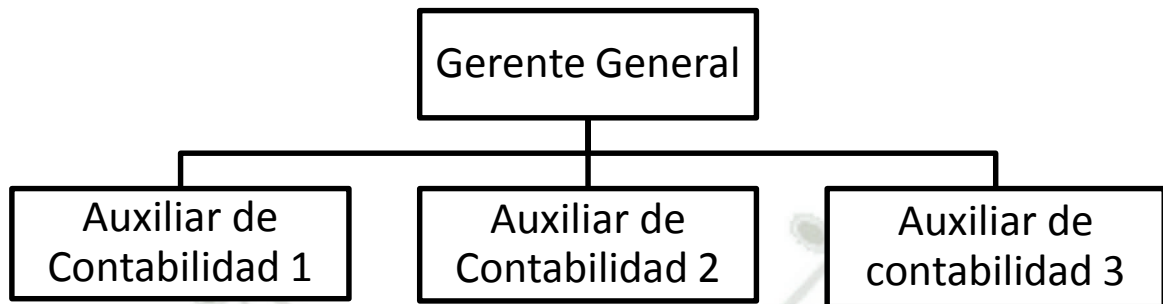
Contamos con profesionales altamente capacitados para ofrecerles soluciones basadas en los principios de integridad, responsabilidad, compromiso y atención personalizada.

Buscamos proporcionar en todo momento la posibilidad de adoptar medidas de orientación proactiva. Resaltando aspectos que se diferencien de otros por sus enfoques netamente profesionales, fortaleciendo de esta forma los sistemas administrativos, contables y de impacto en la gestión.

Otra de nuestras características más resaltantes es desarrollar labores de carácter preventivo, complementadas con recomendaciones técnicas sobre hechos concretos, beneficiando con mayor acierto las operaciones de la empresa.

GRAFICO N° 04

ORGANIGRAMA DE J y M CONTADORES ASOCIADOS



Fuente: J y M Contadores Asociados

La responsabilidad del marketing recae en el Gerente General.

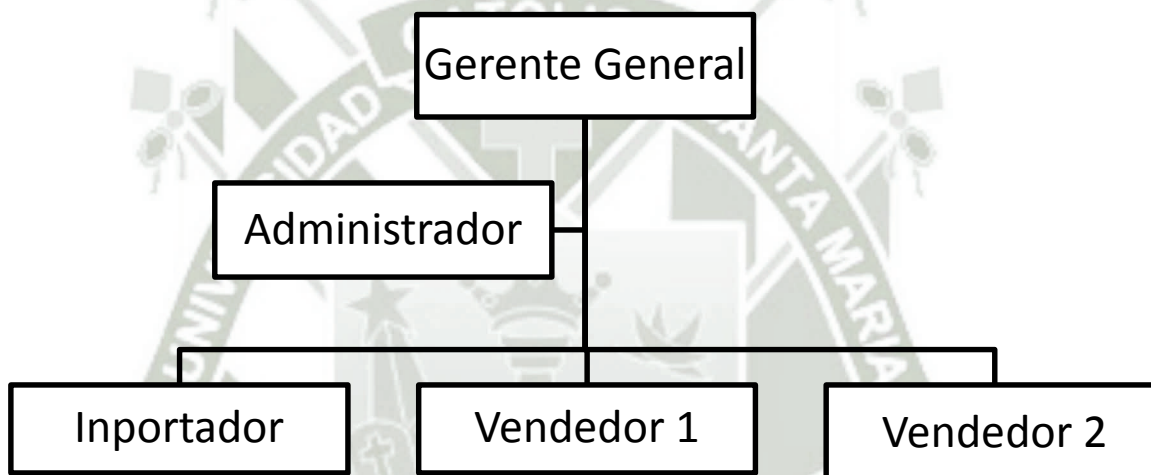


e) IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L.

El Gerente General es el Lic. Jaime Chávez Torres, es una empresa que se dedica a la importación y comercialización de repuestos para autos. Ubicado en Calle Puno N° Miraflores.

GRAFICO N° 05

ORGANIGRAMA DE IMPORTACIONES JIMY BON E.I.R.L.



Fuente: Importaciones Jin Bong E.I.R.L.

2. APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS ESTADÍSTICAS

En este punto describiremos la encuesta que aplicamos a los 20 trabajadores, relacionados con el área de venta o marketing.

2.1. RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS A LAS 5 EMPRESAS

Se aplicaron las encuestas a 4 trabajadores de cada empresa haciendo un total de 20 encuestados, de las cuales sus respuestas fueron las siguientes:



CUADRO N° 01

DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS SEGÚN EDAD Y POR EMPRESA

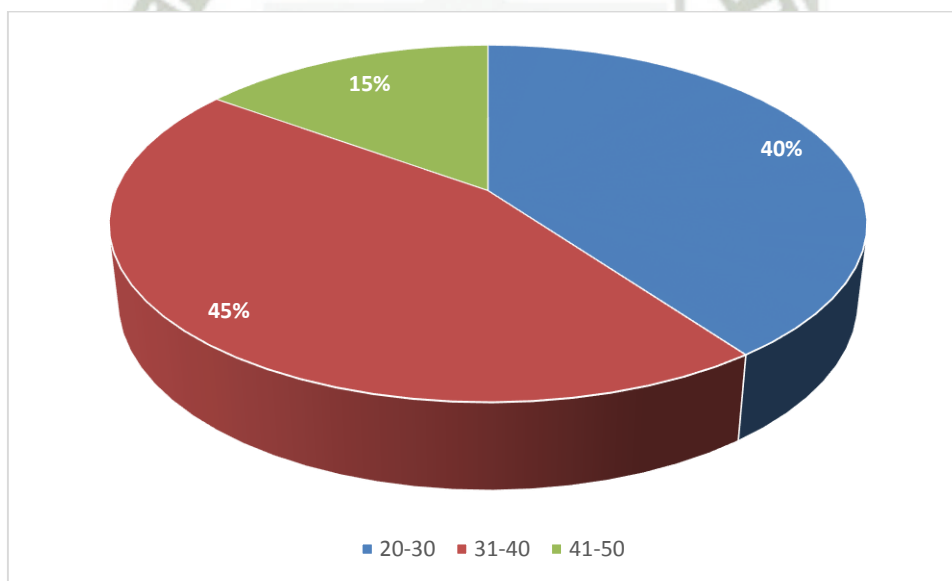
EDAD	“CENTRO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS DE AREQUIPA”	CENERGIA E.I.R.L.	PSIGNIKO E.I.R.L.	J Y M CONTADORES ASOCIADOS	IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L	TOTAL
20-30	1	2	3	1	1	8
31-40	2	1	1	2	3	9
41-50	1	1		1		3
	4	4	4	4	4	20

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 06

DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS SEGÚN EDAD



Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: Podemos observar que al aplicar la encuesta encontramos que son pocas las personas de 45-50 años en las empresas, esto demuestra que se cuenta con una mayoría joven y madura con la que se puede elaborar e implementar nuevos proyectos sin tener rechazo a los mismos.

CUADRO N° 02

DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS SEGÚN GÉNERO Y POR EMPRESA

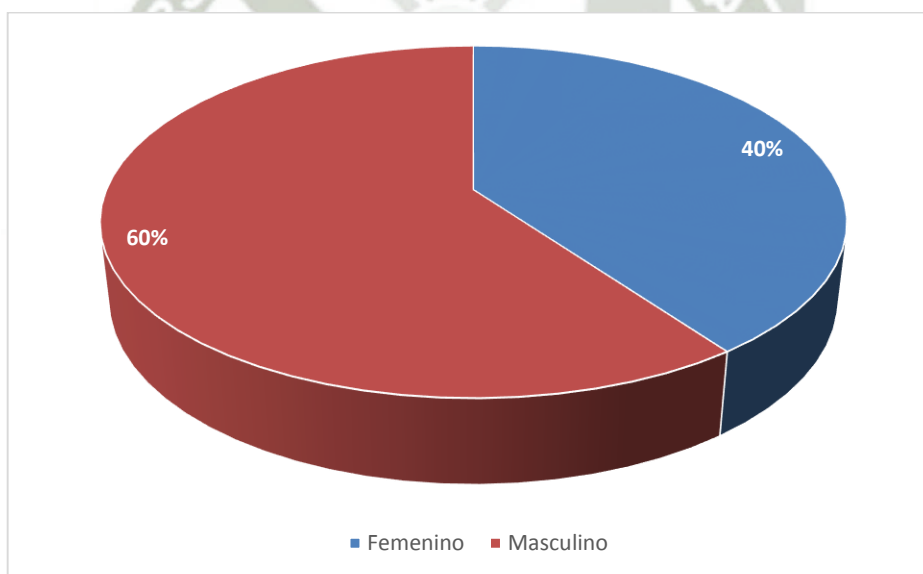
GÉNERO	“CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DE AREQUIPA”	CENERGIA E.I.R.L.	PSIGNIKO E.I.R.L.	J y M CONTADORES ASOCIADOS	IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L	TOTAL
Femenino	2	1	2	2	1	8
Masculino	2	3	2	2	3	12
	4	4	4	4	4	20

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 07

DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS SEGÚN GÉNERO



Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: Contar con 8 damas de un total de 20 personas, nos hace afirmar que existe sensibilidad suficiente cuando se desea evaluar el ambiente organizacional existente en la empresa y esto garantiza una buena información.

CUADRO N° 03

DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS SEGÚN TIEMPO EN QUE LABORAN EN LA EMPRESA

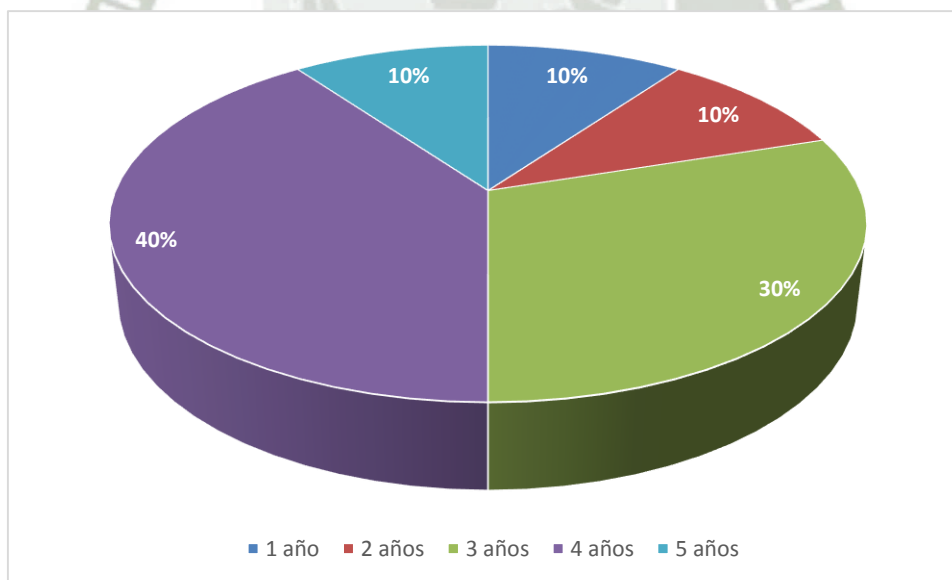
TIEMPO QUE LABORA	“CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DE AREQUIPA”	CENERGIA E.I.R.L.	PSIGNIKO E.I.R.L.	J y M CONTADORES ASOCIADOS	IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L	TOTAL
1 año	1		1			2
2 años			1		1	2
3 años	2	2		1	1	6
4 años		1	2	3	2	8
5 años	1	1				2
	4	4	4	4	4	20

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 08

DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS SEGÚN TIEMPO EN QUE LABORAN EN LA EMPRESA



Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: Contar con la mayoría de trabajadores que ya están estables llevan trabajando entre 3 y 4 años esto significa que ya tienen identificación con la empresa.

CUADRO N° 04

ESTRUCTURA

¿CUÁL ES LA PERCEPCIÓN DE USTED COMO TRABAJADOR EN RELACIÓN AL ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA?

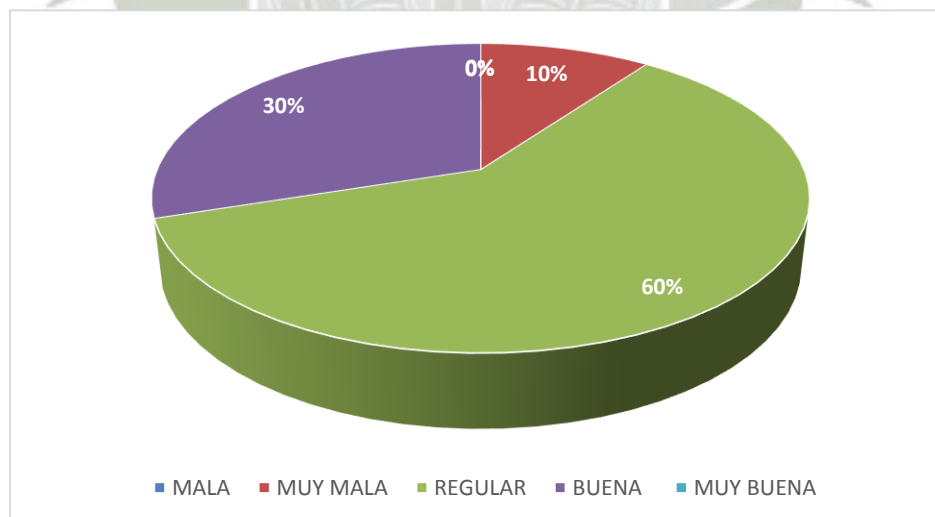
Alternativas	“CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DE AREQUIPA”	CENERGIA E.I.R.L.	PSIGNIKO E.I.R.L.	J y M CONTADORES ASOCIADOS	IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L	TOTAL TRABAJADORES
MALA						0
MUY MALA		1	1			2
REGULAR	3	3	1	2	3	12
BUENA	1		2	2	1	6
MUY BUENA						0
TOTAL	4	4	4	4	4	20

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 09

¿CUÁL ES LA PERCEPCIÓN DE USTED COMO TRABAJADOR EN RELACIÓN AL ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA?



Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: El 60% de trabajadores está de acuerdo con el organigrama sin embargo debe mejorar en algunos puntos

CUADRO N° 05

RESPONSABILIDAD

¿CUÁL ES EL GRADO DE AUTONOMÍA QUE TIENE USTED COMO TRABAJADOR DENTRO DE LA EMPRESA?

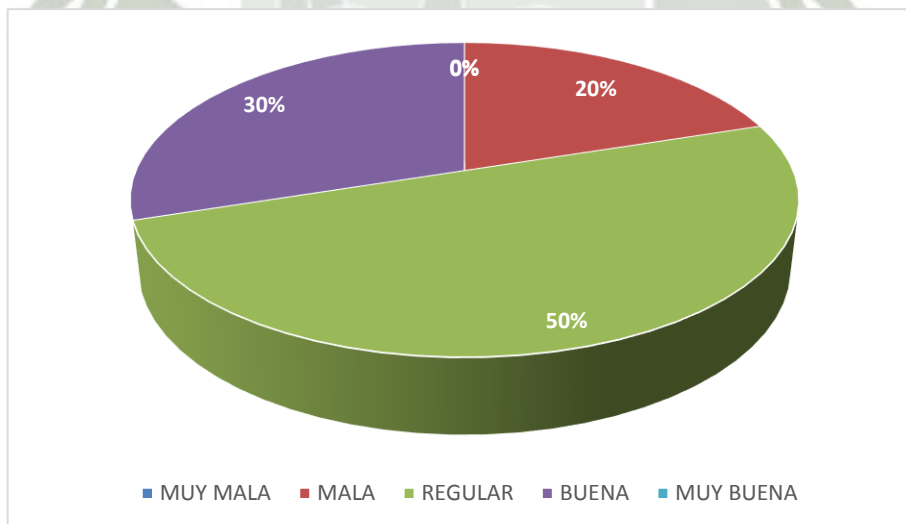
Alternativas	“CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DE AREQUIPA”	CENERGIA E.I.R.L.	PSIGNIKO E.I.R.L.	J y M CONTADORES ASOCIADOS	IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L	TOTAL TRABAJADORES
MALA						0
MUY MALA	2	2				4
REGULAR	2	2	2	2	2	10
BUENA			2	2	2	6
MUY BUENA						0
TOTAL	4	4	4	4	4	20

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 10

¿CUÁL ES EL GRADO DE AUTONOMÍA QUE TIENE USTED COMO TRABAJADOR DENTRO DE LA EMPRESA?



Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: El 50 % de trabajadores sienten que tienen una autonomía amplia en sus labores dentro de la empresa, lo que conlleva a que la mayoría de los empleados son responsables en sus labores.

CUADRO N° 06

RECOMPENSA

¿LA MOTIVACIÓN DE SU EMPLEADOR DENTRO DEL TRABAJO ES?

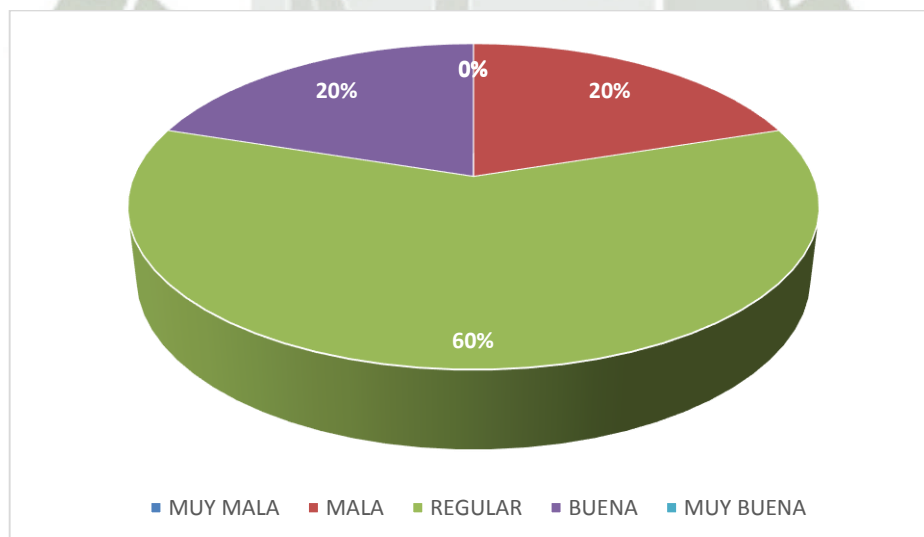
Alternativas	“CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DE AREQUIPA”	CENERGIA E.I.R.L.	PSIGNIKO E.I.R.L.	J y M CONTADORES ASOCIADOS	IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L	TOTAL TRABAJADORES
MALA						0
MUY MALA		3			1	4
REGULAR	2	1	4	2	3	12
BUENA	2			2		4
MUY BUENA						0
TOTAL	4	4	4	4	4	20

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 11

¿LA MOTIVACIÓN DE SU EMPLEADOR DENTRO DEL TRABAJO ES?



Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: La mayoría de los trabajadores encuestados sienten que su empleador los motiva favorablemente pero a la vez sienten que podría mejorar la incentivación sobre todo con los trabajadores que cumplan sus metas laborales.

CUADRO N° 07

DESAFÍO

¿LOS DESAFÍOS IMPUESTOS POR SU EMPLEADOR SON?

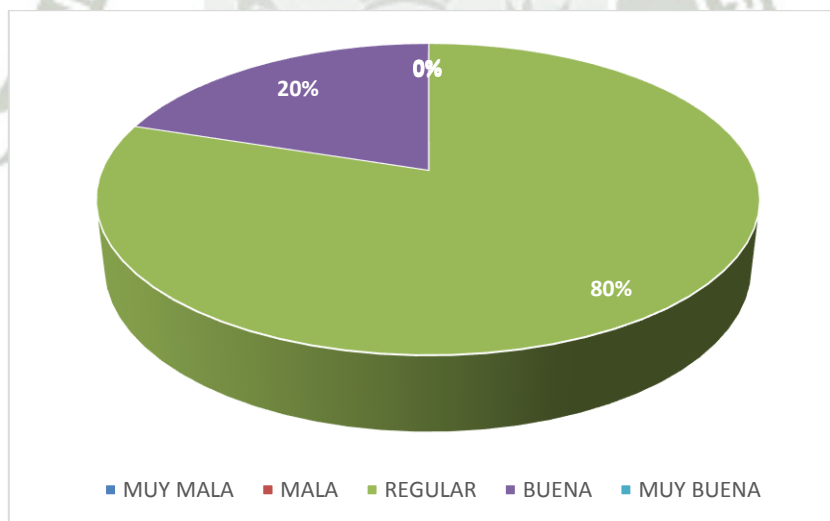
Alternativas	“CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DE AREQUIPA”	CENERGIA E.I.R.L.	PSIGNIKO E.I.R.L.	J y M CONTADORES ASOCIADOS	IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L	TOTAL TRABAJADORES
MALA						0
MUY MALA						0
REGULAR	1	4	4	3	4	16
BUENA	3			1		4
MUY BUENA						0
TOTAL	4	4	4	4	4	20

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 12

¿LOS DESAFÍOS IMPUESTOS POR SU EMPLEADOR SON?



Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: La mayoría de trabajadores se sienten presionados por los desafíos impuestos ya que depende de muchos factores pero también sienten que cumpliendo sus metas los beneficios serán mayores.

CUADRO N° 08

RELACIONES

¿CÓMO PERCIBE EL AMBIENTE DE TRABAJO CON SUS COLABORADORES DENTRO DE LA EMPRESA?

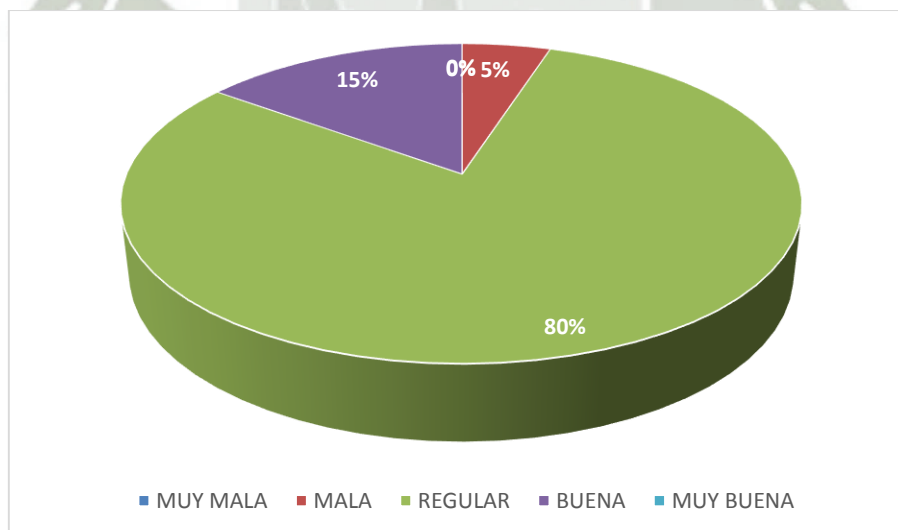
Alternativas	“CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DE AREQUIPA”	CENERGIA E.I.R.L.	PSIGNIKO E.I.R.L.	J y M CONTADORES ASOCIADOS	IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L	TOTAL TRABAJADORES
MALA						0
MUY MALA		1				1
REGULAR	2	3	4	3	4	16
BUENA	2			1		3
MUY BUENA						0
TOTAL	4	4	4	4	4	20

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 13

¿CÓMO PERCIBE EL AMBIENTE DE TRABAJO CON SUS COLABORADORES DENTRO DE LA EMPRESA?



Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: Podemos decir que es favorable porque la interrelación de los trabajadores con sus compañeros es buena pero debería ser muy buena lo que conlleva a mejorar este punto con dinámicas de grupo.

CUADRO N° 09

COOPERACIÓN

**¿COMO PERCIBE USTED EL ESPÍRITU DE AYUDA CON SUS
COMPAÑEROS DE TRABAJO?**

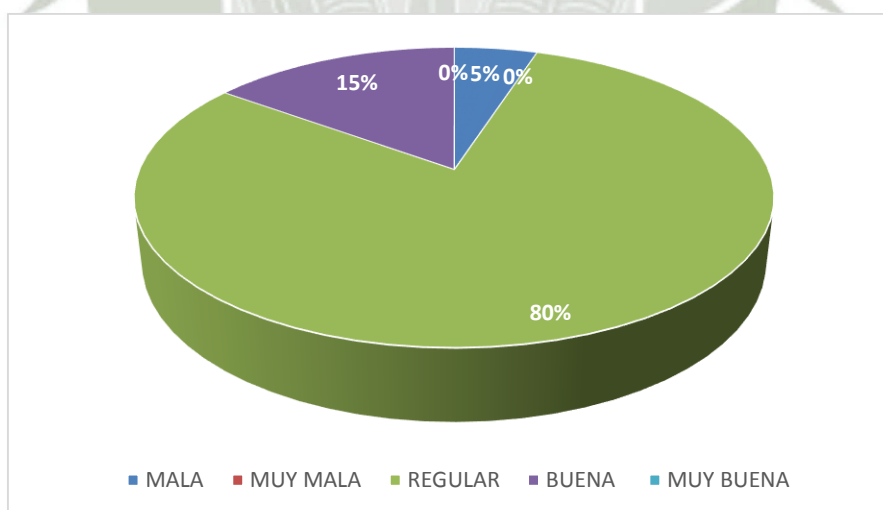
Alternativas	“CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DE AREQUIPA”	CENERGIA E.I.R.L.	PSIGNIKO E.I.R.L.	J y M CONTADORES ASOCIADOS	IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L	TOTAL TRABAJADORES
MALA		1				1
MUY MALA						0
REGULAR	2	3	4	3	4	16
BUENA	2			1		3
MUY BUENA						0
TOTAL	4	4	4	4	4	20

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 14

**¿COMO PERCIBE USTED EL ESPÍRITU DE AYUDA CON SUS
COMPAÑEROS DE TRABAJO?**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: El 80% de los trabajadores encuestados sienten que la ayuda entre sus compañeros es favorable hasta incluso buena esto nos da a conocer que llevan un buen clima laboral dentro de su área.

CUADRO N° 10
ESTÁNDARES

¿QUE OPINA USTED DE LAS NORMAS IMPUESTAS EN LA EMPRESA?

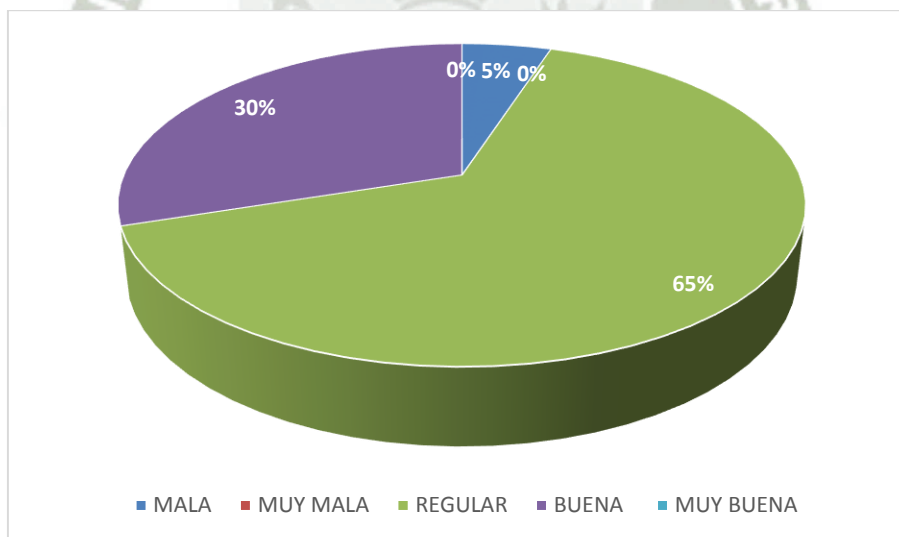
Alternativas	“CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DE AREQUIPA”	CENERGIA E.I.R.L.	PSIGNIKO E.I.R.L.	J y M CONTADORES ASOCIADOS	IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L	TOTAL TRABAJADORES
MALA			1			1
MUY MALA						0
REGULAR		3	3	4	3	13
BUENA	4	1			1	6
MUY BUENA						0
TOTAL	4	4	4	4	4	20

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 15

¿QUE OPINA USTED DE LAS NORMAS IMPUESTAS EN LA EMPRESA?



Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: El 65% de los trabajadores sienten que las normas impuestas por la empresa son favorables hasta incluso buenas. Las normas pueden mejorar para así tener mejores estándares de calidad

CUADRO N° 11

CONFLICTOS

¿CUAL ES SU CAPACIDAD PARA ACEPTAR OPINIONES DIFERENTES QUE LA SUYA EN SU TRABAJO?

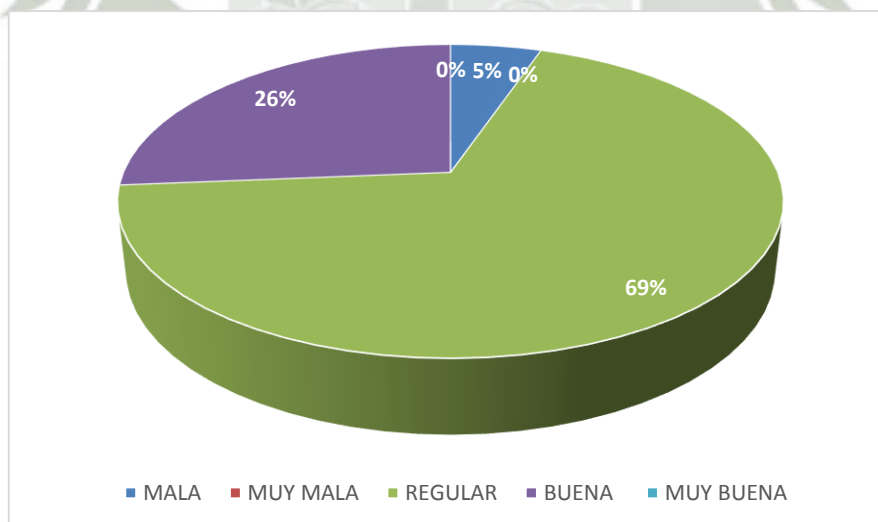
Alternativas	“CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DE AREQUIPA”	CENERGIA E.I.R.L.	PSIGNIKO E.I.R.L.	J y M CONTADORES ASOCIADOS	IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L.	TOTAL TRABAJADORES
MALA	1					1
MUY MALA						0
REGULAR	3	2	2	2	4	13
BUENA		1	2	2		5
MUY BUENA						0
TOTAL	4	4	4	4	4	20

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 16

¿CUAL ES SU CAPACIDAD PARA ACEPTAR OPINIONES DEFERENTES QUE LA SUYA EN SU TRABAJO?



Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: Podemos decir que los trabajadores aceptan las opiniones de otras personas con buena aceptación porque saben que intercambiando puntos de vista pueden mejorar sus procedimientos laborales y eso conlleva a que sean más eficientes en sus desempeños.

CUADRO N° 12

IDENTIDAD

¿LA IDENTIFICACIÓN DE USTED CON SU EMPRESA ES?

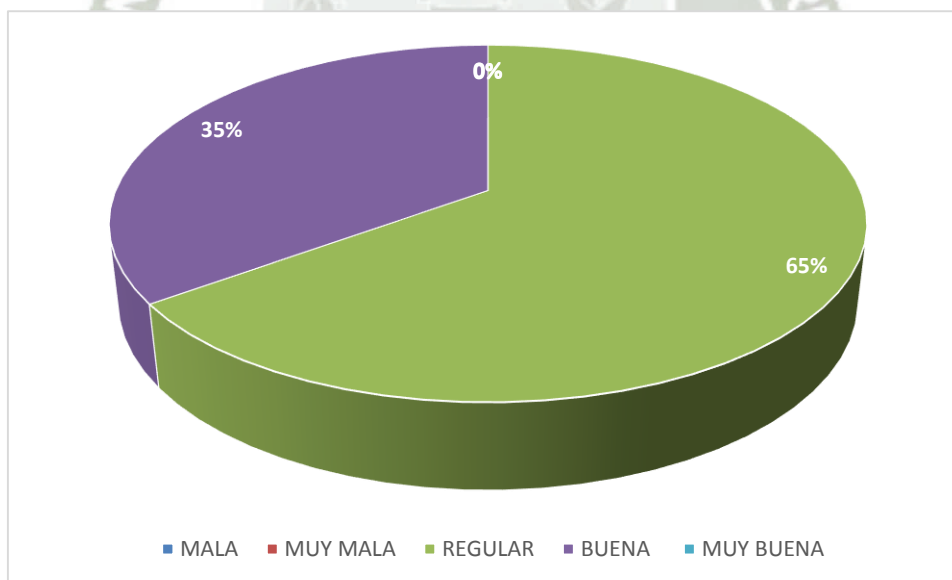
Alternativas	“CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DE AREQUIPA”	CENERGIA E.I.R.L.	PSIGNIKO E.I.R.L.	J y M CONTADORES ASOCIADOS	IMPORTACIONES JINBONG E.I.R.L	TOTAL TRABAJADORES
MALA						0
MUY MALA						0
REGULAR	2	3	2	2	4	13
BUENA	2	1	2	2		7
MUY BUENA						0
TOTAL	4	4	4	4	4	20

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 17

¿LA IDENTIFICACIÓN DE USTED CON SU EMPRESA ES?



Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: La mayoría de trabajadores se encuentran muy identificados con la empresa, la identificación es aceptable y esto se puede mejorar con la ayuda de los trabajadores más antiguos enseñando a los nuevos empleados a que se identifiquen y sientan que la empresa es suya.

2.2. ANÁLISIS DEL DESEMPEÑO EN LA EMPRESA.

2.2.1. BUEN DESEMPEÑO DEL ÁREA DE MARKETING

El éxito del área de marketing dentro de una empresa depende en gran medida del desempeño y clima organizacional de sus trabajadores.

Si los empleados están a gusto, su rendimiento laboral será mejor, y aumentará la productividad. La empresa tendrá mejor imagen y estará mejor posicionada en el mercado.

Buen ambiente de trabajo: equivale a mayores posibilidades para el trabajador de lograr un desempeño óptimo en sus tareas. Para lograrlo es importante:

- Sentirse y hacer que todo el mundo se sienta cómodo en la oficina.
- Seleccionar a los empleados según sus habilidades
- Asegurarse de que el individuo tiene los conocimientos, habilidades y experiencia suficientes, y que además esté motivado.

A continuación desarrollaremos los indicadores para medir el desempeño en el área de marketing.

2.2.1.1. RENDIMIENTO:

El rendimiento laboral o productividad es la relación existente entre lo producido y los medios empleados, tales como mano de obra, materiales, energía, etc.

En el mundo empresarial, la productividad vendría dada por el rendimiento laboral, que es la relación entre los objetivos/metas/tareas alcanzadas y el tiempo (en horas trabajadas de calidad) que se han necesitado para lograrlo; teniendo en cuenta que la variable más importante son las personas; es decir, los recursos humanos, que son los encargados de ejecutar las funciones propias de un cargo o trabajo.

2.2.1.2. EFICIENCIA EN EL PROCESO:

La eficiencia está vinculada a utilizar los medios disponibles de manera racional para llegar a una meta. Se trata de la capacidad de alcanzar un objetivo fijado con anterioridad en el menor tiempo posible y con el mínimo uso posible de los recursos, lo que supone una optimización.

2.2.1.3. ATENCIÓN AL CLIENTE:

La atención al cliente incluye las áreas de recursos humanos que se destinan a ofrecer a los clientes, es decir, quienes ya tienen un vínculo con la empresas, servicios de atención ante reclamos, consultas, dudas, sugerencias, cambios o nuevas adquisiciones que éstos deseen realizar. De esta manera, la atención puede realizarse vía múltiples canales de comunicación, como “cara a cara” en oficinas, mediante teléfono, por correo electrónico e incluso muchas empresas en la actualidad ofrecen la posibilidad de que los clientes interactúen con la organización mediante mensajes privados o publicaciones.

Sin lugar a dudas, el éxito de una empresa dependerá fundamentalmente que aquellas demandas de sus clientes sean satisfechas satisfactoriamente, porque estos son los protagonistas fundamentales, el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.

2.2.1.4. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE:

La noción de satisfacción del cliente refiere al nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio. La lógica indica que, a mayor satisfacción, mayor posibilidad de que el cliente vuelva a comprar o a contratar servicios en el mismo establecimiento.

Es posible definir la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de un individuo que resulta de la comparación entre el rendimiento percibido del producto o servicio con sus expectativas.

Esto quiere decir que el objetivo de mantener satisfecho al cliente es primordial para cualquier empresa. Los especialistas en mercadotecnia afirman que es más fácil y barato volver a vender algo a un cliente habitual que conseguir un nuevo cliente.

2.2.2. APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS ESTADÍSTICAS:

Para medir el desempeño del área de marketing, se le realizó la encuesta a cada gerente de cada empresa, a diferencia de la encuesta que se realizó a los trabajadores de las empresas para medir el clima organizacional.

Dicha diferenciación es porque para saber cómo se llevan entre sí los trabajadores, su relación con otros trabajadores, se tienen que encuestar al trabajador, pero para saber el rendimiento del área de marketing, debemos de indagar en el de mayor cargo jerárquico, para saber resultados.



RESULTADOS DE LAS ENCUESTA APLICADA A LOS GERENTES DE LAS EMPRESAS

CUADRO N° 13

DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS SEGÚN EDAD Y POR EMPRESA

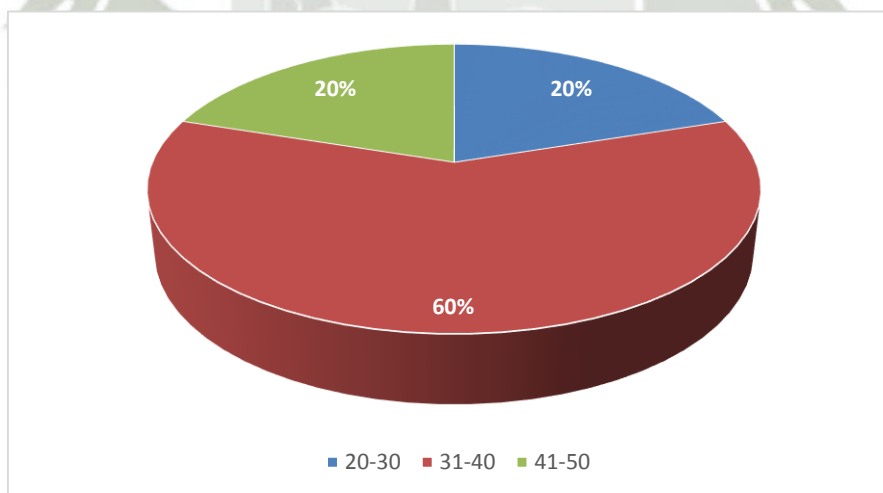
EDAD	“CENTRO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS DE AREQUIPA”	CENERGIA E.I.R.L.	PSIGNIKO E.I.R.L.	J Y M CONTADORES ASOCIADOS	IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L	TOTAL
20-30				1		1
31-40	1		1		1	3
41-50		1				1
TOTAL						5

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 18

DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS SEGÚN EDAD



Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: Podemos ver que la mayoría de nuestros gerentes son personas adultas que cuentan con experiencia y estudios en el manejo de marketing y de control de personal

CUADRO N° 14

DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS SEGÚN GÉNERO Y POR EMPRESA

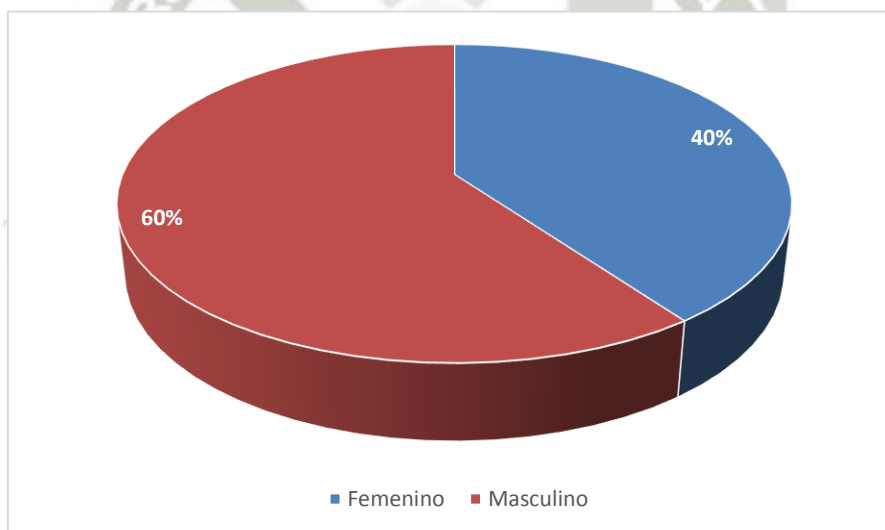
GÉNERO	“CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DE AREQUIPA”	CENERGIA E.I.R.L.	PSIGNIKO E.I.R.L.	J y M CONTADORES ASOCIADOS	IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L	TOTAL
Femenino				1	1	2
Masculino	1	1	1			3
TOTAL						5

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 19

DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS SEGÚN GÉNERO



Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: Observamos gratamente que se está dando igualdad de oportunidad a hombres como a mujeres esto hace que los empleados oportunidades iguales para posibles ascensos.

CUADRO N° 15

DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS SEGÚN TIEMPO EN QUE LABORAN EN LA EMPRESA

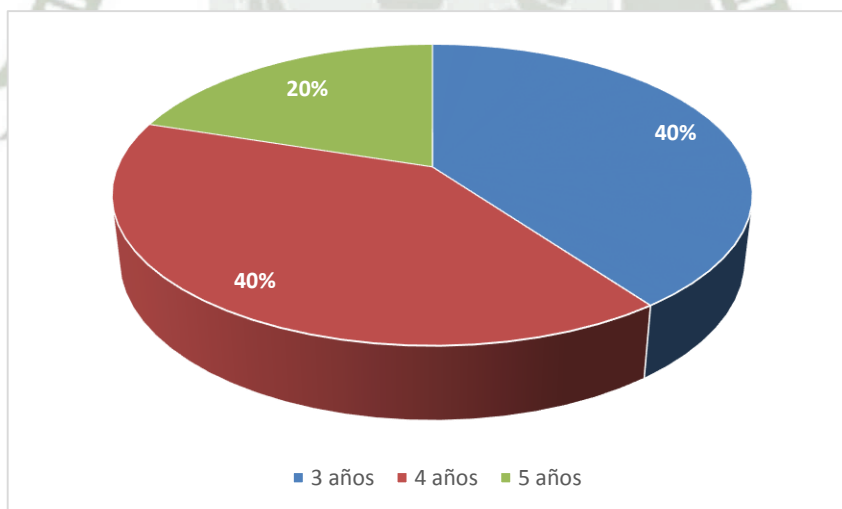
TIEMPO QUE LABORA	“CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DE AREQUIPA”	CENERGIA E.I.R.L.	PSIGNIKO E.I.R.L.	J y M CONTADORES ASOCIADOS	IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L	TOTAL
1 año						
2 años						
3 años	1			1		2
4 años		1	1			2
5 años					1	1
	4	4	4	4	4	5

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 20

DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS SEGÚN TIEMPO EN QUE LABORAN EN LA EMPRESA



Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: Encontramos que los gerentes son personas ya identificadas con la empresa por sus años de servicio y su experiencia debido a que poco a poco fueron ascendiendo por sus capacidades y virtudes

CUADRO N° 16

RENDIMIENTO

¿CÓMO CONSIDERA USTED EL RENDIMIENTO EN SU EMPRESA?

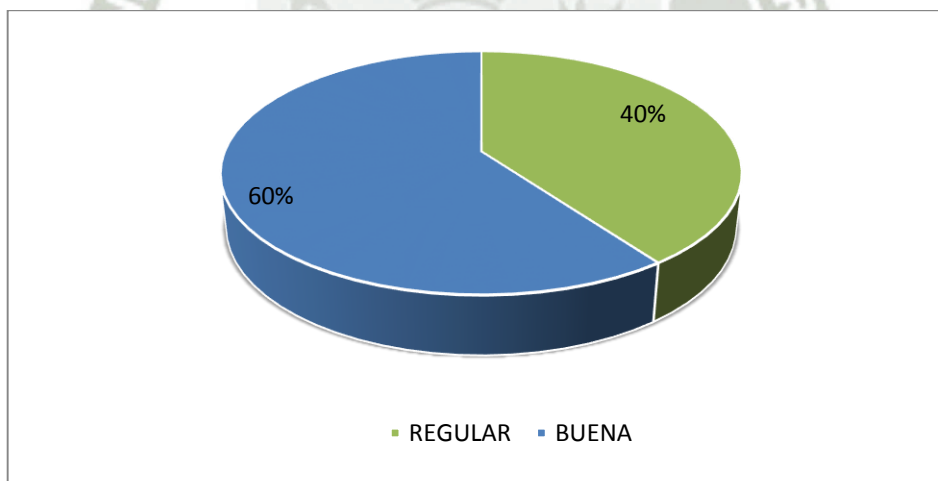
Alternativas	“CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DE AREQUIPA”	CENERGIA E.I.R.L.	PSIGNIKO E.I.R.L.	J y M CONTADORES ASOCIADOS	IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L	TOTAL TRABAJADORES
MALA						
MUY MALA						
REGULAR		1		1		2
BUENA	1		1		1	3
MUY BUENA						
TOTAL						5

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 21

¿CÓMO CONSIDERA EL RENDIMIENTO EN SU EMPRESA?



Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: El 60% de los gerentes Piensa que el rendimiento de su empresa es favorable y el 40% piensa que es bueno el rendimiento de su empresa lo cual nos da a conocer que las empresas cuentan con un buen rendimiento tanto de sus gerentes como de sus empleados.

CUADRO N° 17

EFICIENCIA EN EL PROCESO

¿CÓMO ES LA EFICIENCIA DENTRO DE SU EMPRESA?

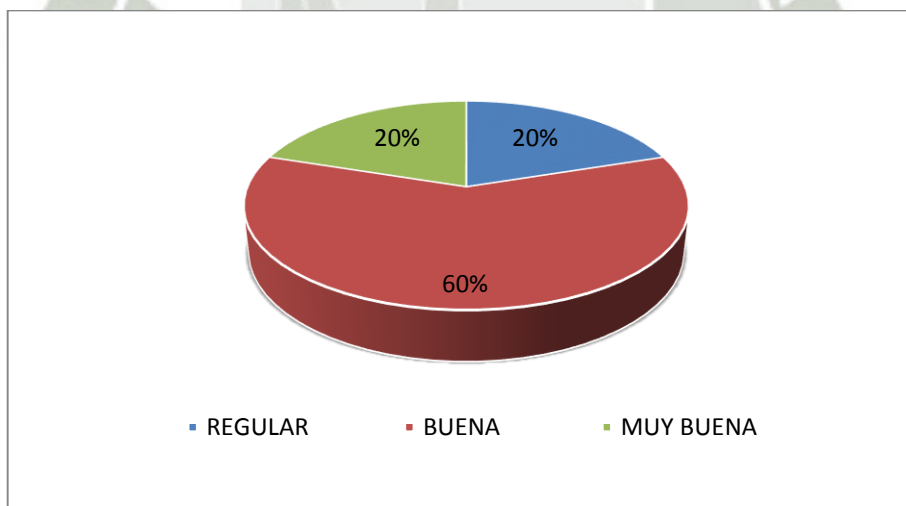
Alternativas	“CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DE AREQUIPA”	CENERGIA E.I.R.L.	PSIGNIKO E.I.R.L.	J y M CONTADORES ASOCIADOS	IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L	TOTAL TRABAJADORES
MALA						
MUY MALA						
REGULAR						
BUENA	1	1			1	3
MUY BUENA			1	1		2
TOTAL						5

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 22

¿CÓMO ES LA EFICIENCIA DENTRO DE SU EMPRESA?



Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: El 60% de los gerentes piensa que su empresa es eficiente lo cual es favorable para los intereses de la empresa porque así produce más y genera más ingresos y estos a su vez dan bienestar

CUADRO N° 18

ATENCIÓN AL CLIENTE

¿LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA ES?

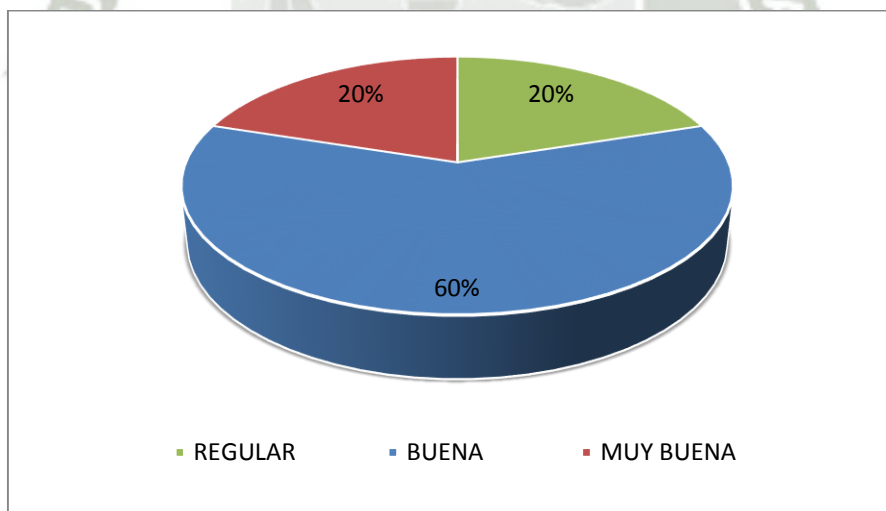
Alternativas	“CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DE AREQUIPA”	CENERGIA E.I.R.L.	PSIGNIKO E.I.R.L.	J y M CONTADORES ASOCIADOS	IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L	TOTAL TRABAJADORES
MALA						
MUY MALA						
REGULAR				1		1
BUENA	1		1		1	3
MUY BUENA		1				1
TOTAL						5

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 23

¿LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA ES?



Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: La mayoría de gerentes creen que la atención al cliente prestada por sus empleados es buena hasta incluso muy buena ya que ellos saben capacitar a sus empleados en el trato hacia los clientes

CUADRO N° 19

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

¿LOS DESAFÍOS IMPUESTOS POR SU EMPLEADOR SON?

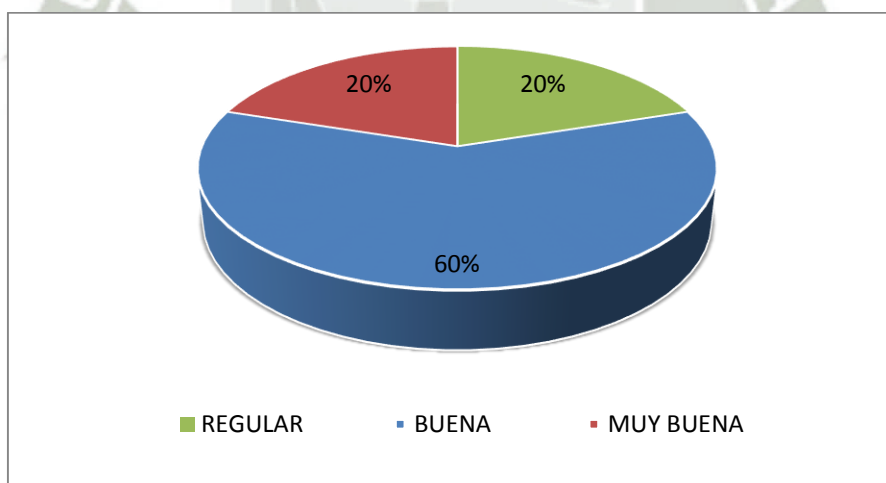
Alternativas	“CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DE AREQUIPA”	CENERGIA E.I.R.L.	PSIGNIKO E.I.R.L.	J y M CONTADORES ASOCIADOS	IMPORTACIONES JIN BONG E.I.R.L	TOTAL TRABAJADORES
MALA						
MUY MALA						
REGULAR					1	1
BUENA		1	1	1		3
MUY BUENA	1					1
TOTAL						5

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 24

¿LOS DESAFÍOS IMPUESTOS POR SU EMPLEADOR SON?



Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación: Observamos que un 60% de los gerentes cree que los desafíos impuestos por ellos son buenos ya que ayudan a desarrollar y a desenvolver mejor las habilidades de cada uno de sus trabajadores.

CONCLUSIONES

PRIMERA:

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 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.

SEGUNDA:

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

TERCERA:

Hay un pequeño porcentaje de trabajadores que están regularmente descontentos o que no tienen interés en la empresa y que hacen el trabajo porque esto les da dinero, y les falta identificación con la empresa

CUARTA:

- El desempeño del área de marketing es bueno.
- El clima organizacional si es fundamental para el eficiente desempeño del área de marketing.
- El clima organizacional es una herramienta importante de gestión.
- La hipótesis es positiva.

QUINTA:

En la encuesta podemos observar que la mayoría de los trabajadores encuestados van por la opción de regular por lo tanto están de acuerdo con el clima organizacional de las áreas de marketing pero se debe mejorar con incentivos a los trabajadores para que mejoren sus estados de ánimo y eso conlleve a que los trabajadores tengan un mejor desempeño en el área.



RECOMENDACIONES

PRIMERA:

Reforzar la confianza del personal, permitiendo su libertad en el desarrollo de sus funciones, planeación e implementación de objetivos laborales.

SEGUNDA:

Se deben implementar programas integrales de adiestramiento, capacitación y desarrollo, dotando a los empleados para lograr cambios personales, que mejoren la interrelación y el desempeño de sus funciones; considerando sus necesidades personales, en la elaboración de la programación de capacitación, dando la oportunidad de expresar su interés en este ítem.

TERCERA:

Buscar la manera de aumentar la comunicación y cohesión de niveles similares, es decir, “despertar” a través de dinámicas socio psicológico la participación activa del personal.

CUARTA:

Elaborar documentos de control para medir eficientemente los resultados de cada empleado, con resultados cuantitativos y cualitativos de cada puesto de trabajo; lo anterior para evitar favoritismos y toma de decisiones subjetivas, en apoyo a toma de decisiones relativas a promociones o emisión de reconocimientos.

QUINTA:

Crear espacios de festejos en apoyo a la convivencia entre niveles similares, apoyando la recomendación de cohesión de grupos, en sí el compañerismo, así como esquemas de recompensas salariales para aquellos empleados cuya productividad en base al documento de control de eficiencia de resultados lo merezcan, minimizando la percepción de favoritismos en esta ámbito.

SEXTA

Implementación de valores institucionales, que refuercen a la visión organizacional.



BIBLIOGRAFÍA

- Baguer, Ángel. Administrador) y Gestión. Ira edición. Editorial Prentice Hall. España, 2005.
- Bennis, W. y B. Nanus. Líderes: las cuatro claves del liderazgo eficaz. Editorial Norma, Segunda edición. Colombia, 2005.
- Bolman Lee G., DealTerrence E. "Organización y Liderazgo. El arte de la decisión". Ed. Addison- Wesley Iberoamericana. 1995
- Blake, R. y SrygleyMouton J."Estrategias de interrelación humana para el desarrollo de las organizaciones". Fondo Educativo Interamericano. México. 1973
- Blanchard Kenneth &O'Connor Michael. "Administración por Valores". Editorial Norma. 1997
- Bormann, Ernest G., Howell, Willians. La comunicación. Un problema de la organización moderna". Ediciones Deusto; Bilbao-España. 1979
- Colmenares, Oscar. Medición de la productividad empresarial. 1ra edición. Universidad de Zulia, España, 2007.
- Corpas Rodríguez, Joel. La planeación de los recursos humanos en el contexto de la dirección empresarial. Los Ángeles John Wiley 8: Sons, Pág. 246 - 252. 2002.
- Chiavenato, Hidalberto. Administración de Recursos Humanos. La Habana: Ed. ENPES. Pág. 586- 595. Cuba, 2004.
- Chiavenato I. Introducción a la Teoría General de la Administración. México. Mc. Graw - Hill Interamericana de México: S.A. 1989

- Hersey, Paul. ; Blanchard, Kenneth y Jonson, Dewey. (1996). "Administración del comportamiento organizacional, Liderazgo situacional". Ed. Prentice May. México.
- Tamayo A. y De Oliveira L. Valores del trabajo y valores de las organizaciones". En M. Ros y W Gouveia (Coords.): Psicología Social de los Valores Humanos. Desarrollos teóricos, metodológicos y aplicados, pp. 326-352. Editorial Biblioteca Nueva. España, 2001.
- Tello Charún, Máx. "El Estado de la Comunicación empresarial en el Perú"(ensayo)



ANEXOS

MODELO DE ENCUESTA APLICADA A LOS TRABAJADORES

LISTA DE CHEQUEO:

CONTROL DEL CLIMA ORGANIZACIONAL:

FECHA:

SEXO:

EDAD:

TIEMPO DE SERVICIO:

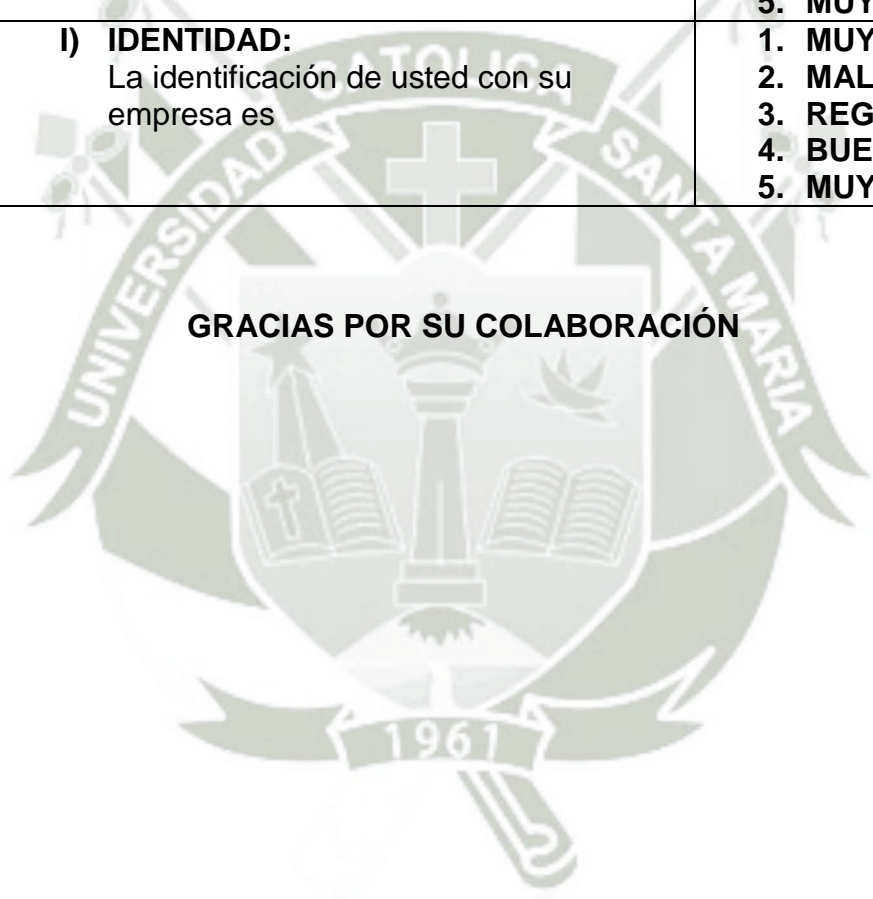
Área de Ventas o Marketing:

Marque con un círculo la respuesta:

<p>A) ESTRUCTURA: ¿Cuál es la percepción del usted como trabajador en relación al organigrama estructural de la empresa?</p>	<p>1. MUY MALA 2. MALA 3. REGULAR 4. BUENA 5. MUY BUENA</p>
<p>B) RESPONSABILIDAD: ¿Cuál es el grado de autonomía que tiene usted como trabajador dentro de la empresa?</p>	<p>1. MUY MALA 2. MALA 3. REGULAR 4. BUENA 5. MUY BUENA</p>
<p>C) RECOMPENSA: ¿La motivación de su empleador dentro del trabajo es?</p>	<p>1. MUY MALA 2. MALA 3. REGULAR 4. BUENA 5. MUY BUENA</p>
<p>D) DESAFIO: ¿Los desafíos impuestos por su empleador son?</p>	<p>1. MUY MALA 2. MALA 3. REGULAR 4. BUENA 5. MUY BUENA</p>
<p>E) RELACIONES: ¿Cómo percibe el ambiente de trabajo con sus colaboradores dentro de la empresa?</p>	<p>1. MUY MALA 2. MALA 3. REGULAR 4. BUENA 5. MUY BUENA</p>

<p>F) COOPERACION: ¿Cómo percibe usted el espíritu de ayuda con sus compañeros de trabajo?</p>	<p>1. MUY MALA 2. MALA 3. REGULAR 4. BUENA 5. MUY BUENA</p>
<p>G) ESTANDARES: ¿Qué opina usted de las normas impuestas en la empresa?</p>	<p>1. MUY MALA 2. MALA 3. REGULAR 4. BUENA 5. MUY BUENA</p>
<p>H) CONFLICTOS. ¿Cuál es su capacidad para aceptar opiniones diferentes que la suya en su trabajo?</p>	<p>1. MUY MALA 2. MALA 3. REGULAR 4. BUENA 5. MUY BUENA</p>
<p>I) IDENTIDAD: La identificación de usted con su empresa es</p>	<p>1. MUY MALA 2. MALA 3. REGULAR 4. BUENA 5. MUY BUENA</p>

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



MODELO DE ENCUESTA APLICADA A LOS GERENTES

LISTA DE CHEQUEO:

CONTROL DEL DESEMPEÑO DEL ÁREA DE MARKETING:

FECHA:

SEXO:

EDAD:

TIEMPO DE SERVICIO:

Área de Ventas o Marketing:

Marque con un círculo la respuesta:

<p>A) RENDIMIENTO: ¿Cómo considera el rendimiento en su empresa?</p>	<p>1.- MUY MALA 2.- MALA 3.- REGULAR 4.- BUENA 5.- MUY BUENA</p>
<p>B) EFICIENCIA EN EL PROCESO: ¿Cómo es la eficiencia dentro de su empresa?</p>	<p>1.- MUY MALA 2.- MALA 3.- REGULAR 4.- BUENA 5.- MUY BUENA</p>
<p>C) ATENCION AL CLIENTE: ¿La atención al cliente en la empresa es?</p>	<p>1.- MUY MALA 2.- MALA 3.- REGULAR 4.- BUENA 5.- MUY BUENA</p>
<p>D) SATISFACCION DEL CLIENTE: ¿Los desafíos impuestos por su empleador son?</p>	<p>1.- MUY MALA 2.- MALA 3.- REGULAR 4.- BUENA 5.- MUY BUENA</p>

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN