

Universidad de Huánuco

Facultad de Ciencias Empresariales

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE MARKETING Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES



UDH
UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

TESIS

CLIMA LABORAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL
SERVICIO DE FARMACIA DEL HOSPITAL REGIONAL
HERMILIO VALDIZÁN MEDRANO, HUÁNUCO - 2018.

Para Optar el Título Profesional de :
**LICENCIADA EN MARKETING Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESISTA

Bach. RODRÍGUEZ ROJAS, Ashley

ASESORA

Dr. MARTEL CARRANZA, Christian Paolo

Huánuco – Perú
2018

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL MARKETING Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las 3.30 pm... horas del día 06... del mes de Diciembre... del año 2018..., en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Empresariales (Aula 202-P5), en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador, integrado por los docentes:

Mtra. Janeth Mercado Huerta

(Presidente)

Ing. Cecilia del Pilar Rivera López

(Secretaria)

Mtro. Eddie Misael Samaniego Pimentel

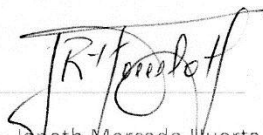
(Vocal)

Nombrados mediante la Resolución N° 2029-2018-D-FCOMP-EAPAE-UDH, para evaluar la Tesis intitulada: "**CLIMA LABORAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL SERVICIO DE FARMACIA DEL HOSPITAL REGIONAL HERMILIO VALDIZAN MEDRANO 2018**", presentada por el (la) Bachiller **RODRIGUEZ ROJAS, Ashley**; para optar el título Profesional de **Lic. Marketing y Negocios Internacionales**.

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo (a) Aprobado con el calificativo cuantitativo de 15 (Quince) y cualitativo de Bueno..... (Art.45).

Siendo las 4.35 pm horas del día 06 del mes de Diciembre del año 2018, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.



Mtra. Janeth Mercado Huerta
PRESIDENTE (A)



Ing. Cecilia del Pilar Rivera López
SECRETARIO (A)



Mtro. Eddie Misael Samaniego Pimentel
VOCAL

DEDICATORIA

A DIOS, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A la luz que me guía, mi amiga más querida, mi compañera más entregada a todo lo que hago, la que me lleva de la mano por los trajines de la vida; y la que me la dio. A quien llamo con orgullo mi hermosa madre Marisol, Rojas Baldeón; por su paciencia ilimitada, su firme carácter y dedicación hacia mí.

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Académico Profesional de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad de Huánuco, por abrirme las puertas y permitir que formara parte de esta casa de estudios.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a los docentes de los diversos cursos quienes me brindaron la orientación y conocimientos para mi formación profesional y académica.

Agradezco también de manera especial a mi asesor el Dr. Martel Carranza, Christian Paolo, quien con sus conocimientos y mucho empeño contribuyó con su valioso asesoramiento y apoyo en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

A mis compañeros de la E.A.P Marketing y Negocios Internacionales, con los que compartí clases e inolvidables experiencias.

Muchas gracias a todos por acompañarme en este camino.

ÍNDICE

CAPÍTULO I PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del Problema.....	11
1.2. Formulación del Problema	14
1.2.1. Problema General	14
1.2.2. Problemas Específicos	14
1.3. Objetivos	15
1.3.1. Objetivo General	15
1.3.2. Objetivos Específicos	15
1.4. Justificación de la Investigación	15
1.5. Limitaciones de la Investigación	16
1.6. Viabilidad de la Investigación	16

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación	18
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	18
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	20
2.1.3. Antecedentes Locales	22
2.2. Bases Teóricas	23
2.2.1. Clima laboral	23
2.2.1.1. Tipos de Clima Laboral	24
2.2.1.2. Características del clima laboral.....	26
2.2.1.3. Dimensiones del clima laboral.....	27
2.2.2. Atención al cliente	29
2.2.1.1. El cliente.....	29
2.2.1.2. Características de los clientes.....	29
2.2.1.3. Clasificación de los clientes	30
2.2.1.4. Atención al cliente	30
2.2.1.5. Características de la atención al cliente.....	31
2.2.1.6. Perfil del personal de atención al cliente.....	31
2.2.1.7. Dimensiones de atención al cliente.....	32
2.3. Definiciones conceptuales.....	34
2.4. Hipótesis	36
2.4.1. Hipótesis General.....	36
2.4.2. Hipótesis Específicas.....	36
2.5. Sistema de variables	36
2.6. Operacionalización de Variables	37

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación	38
3.2 Población y muestra	39
3.2.1. Población	39
3.2.2. Muestra	40
3.3 Técnicas e instrumento de recolección de datos	41
3.4 Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información	41

CAPÍTULO IV
RESULTADOS

4.1 Procesamiento de datos	42
4.1.1. Proceso de datos por indicadores	43
4.1.2. Procesamiento de datos por variable	83
4.2. Contrastación de la hipótesis	85

CAPÍTULO V
DISCUSION DE RESULTADOS

5.1. Contrastación de los resultados del trabajo de investigación	90
5.1.1. Con relación a los antecedentes	90
5.1.2. Con relación al marco teórico	91
5.1.3. Con relación a las hipótesis	92

CONCLUSIONES	95
RECOMENDACIONES.....	97
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	99
ANEXOS.....	101

RESUMEN

El clima laboral dentro de las empresas y organizaciones es fundamental ya que puede afectar diferentes aspectos y ámbitos dentro de las empresas. Mayormente observamos que las empresas privadas tienen un pie adelante en cuanto al manejo del Clima Laboral dentro de sus instituciones, a fin de lograr sus metas, al contrario, en el ámbito de servicios que son públicos o estatales nos podemos dar cuenta de que el clima laboral es un tema que se deja de lado y no se le toma la importancia debida.

Por ello el objetivo principal de la investigación se da a partir de que se determinó de qué manera la variable independiente Clima Laboral se relaciona con la variable dependiente Atención al Cliente en el Hospital Hermilio Valdizan Medrano, Huánuco- 2018.

Donde con ayuda de las dimensiones como: involucramiento laboral, supervisión, comunicación interna, entre otros; los cuales facilitaron contrastar la correlación de las variables, brindándonos una base teórica confiable.

Palabras clave: clima laboral, atención al cliente, ambiente grato, comunicación interna, crecimiento profesional, autorrealización.

ABSTRACT

The work environment within companies and organizations is fundamental since it can affect different aspects and areas within companies. We mainly observe that private companies have a foothold in the management of Labor Climate within their institutions, in order to achieve their goals, on the contrary, in the field of services that are public or state we can realize that the climate labor is a topic that is left aside and not taken due importance.

Therefore, the main objective of the research is given that it was determined in which way the independent variable Work Climate is related to the dependent variable Customer Service in the Hermilio Valdizan Medrano Hospital, Huánuco-2018.

Where with the help of dimensions such as: labor involvement, supervision, internal communication, among others; which facilitated contrasting the correlation of the variables, providing us with a reliable theoretical base.

Key words: work climate, customer service, pleasant atmosphere, internal communication, professional growth, self-realization.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis tuvo como objetivo determinar la relación entre la variable independiente (Clima Laboral) y la variable dependiente (Atención al Cliente en el Hospital Hermilio Valdizan Medrano, Huánuco- 2018.; en el cual se buscó conocer el estado en que se encontraba el clima laboral y la atención que se brinda para poder analizar las dimensiones e identificar aquellos que son deficientes, con lo que se determinó de qué manera las dimensiones de la variable clima laboral (autorrealización, involucramiento laboral, supervisión y comunicación) se relaciona con la variable atención al cliente; para lo cual se utilizaron encuestas como técnica para la recolección de datos y también se utilizó el sistema SPSS para el procesamiento y análisis de los datos obtenidos.

Por otro lado, se busca que las entidades publicas le presten mayor atención a sus colaboradores y/o personal y se interesen por el clima laboral y servicio al cliente; siguiendo el modelo de las empresas privadas quienes desarrollan dichas estrategias para obtener mejores resultados y para poder desarrollarse profesionalmente. Ya que si ayudamos a mejorar esta parte fundamental de la organización que es el clima laboral con un ambiente sano y agradable los resultados se verán reflejados en un mejor desempeño laboral, a fin de mejorar significativamente la atención que se dé a los clientes, y aún mas si es un hospital en donde se tratan problemas delicados de salud y en donde los clientes merecen un servicio de calidad.

Este trabajo presenta los siguientes capítulos:

En el capítulo I se explica la descripción y formulación del problema, objetivos generales y específicos, justificación, limitaciones y viabilidad de la investigación.

En el capítulo II se presenta el marco teórico que contiene antecedentes del tema de investigación, además contiene las bases teóricas que describe ampliamente las dos variables de investigación; también se condiga las definiciones conceptuales, finalizando por plantear la hipótesis general y las específicas y el cuadro de operacionalización de variables.

En el capítulo III se presenta la metodología de investigación, tipo de investigación, población y muestra que se utilizó para la investigación, además las técnicas e instrumentos de recolección de datos y las técnicas para el procesamiento de la información.

En los capítulos IV se presenta de manera sucinta el procesamiento de datos interpretados en cuadros y/o gráficos, así como también la contrastación de las hipótesis.

En el capítulo V se muestra la discusión de resultados de acuerdo a los antecedentes, marco teórico e hipótesis generales y específicas

Finalmente, se formularán las conclusiones de la investigación en base a los objetivos con sus respectivas recomendaciones.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El clima laboral se construye a largo plazo, con el día a día y es observable y medible. Gestionar el clima de una organización demanda voluntad, esfuerzo, constancia y recursos, por parte de los trabajadores y los jefes inmediatos. Significa actuar proactivamente en crear y mantener las condiciones de trabajo que necesita la entidad para alcanzar los resultados y mantener un ambiente grato para el desarrollo de las labores de los colaboradores.

El compromiso que tiene el trabajador en su organización es clave lograr un buen desempeño de trabajo. Hay Group (2012) define compromiso como “un resultado alcanzado a través de la estimulación del entusiasmo de los empleados por su trabajo y dirigido hacia el éxito organizacional”.

Un estudio adelantado por Hay Group (2012) a nivel mundial para medir el nivel de compromiso, concluyó que más de la tercera parte de los empleados se muestran renuentes e incapaces más a su organización; lo que llamamos comúnmente caminar la “milla extra”. Por otro lado, la lealtad hacia la compañía muestra tendencia a la baja en los últimos cinco años, ubicándose en un 57%.

En tal sentido, el compromiso y la lealtad que tienen los trabajadores dentro de una entidad juegan un rol protagónico en el clima laboral, ya que se sentirán incluidos dentro de un equipo unificado y hacia un propósito en común; por lo que es importante las relaciones internas entre colaboradores y entre los jefes, para formar un ambiente estable y grato para poder desarrollarse y crecer como profesionales. Además, los jefes o encargados de los servicios deberían de tener conocimiento o capacitarse acerca de cómo motivar a sus subordinados, ya que es parte fundamental para el buen desempeño laboral. Esto se ve reflejado en la

atención que brindan los trabajadores a los usuarios en las entidades del estado.

Martínez (2001); dijo que “el clima laboral está determinado por el conjunto de factores vinculados a la calidad de vida dentro de una organización. Constituye una percepción, y como tal adquiere valor de realidad en las organizaciones”.

La calidad de vida que tengan los trabajadores dentro de un ambiente armonioso y equilibrado dará muchas más oportunidades a que el servicio que se brinde sea de calidad y sean adecuadas para las necesidades del usuario o cliente, quien podrá percibir el buen manejo del servicio y sentirse confiado y satisfecho.

En nuestro país muchas de las entidades que prestan servicio al estado no están capacitadas para brindar un buen servicio al ciudadano que por derecho merece ser tratado con respeto, igualdad y equidad.

Perú21 (2013); el Poder Ejecutivo aprobó el "Manual para Mejorar la Atención a la Ciudadanía", destinado a elevar los estándares de calidad en las instituciones estatales. El documento, presentado por la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM) a través de la Secretaría de Gestión Pública, establece las condiciones y medidas mínimas que deben implementar las entidades públicas, el documento oficial establece ciertos estándares para una atención de calidad a la ciudadanía entre los que destacan la organización interna, conocer a la ciudadanía-cliente de la entidad; accesibilidad para la ciudadanía; infraestructura y seguridad integral; procesos del trámite; personal de atención al público; acceso a la información; medición y satisfacción de la ciudadanía; comunicación y reclamos y sugerencias.

Esto también conlleva a que en las entidades del estado el clima laboral sea parte fundamental para la buena prestación de los servicios, los colaboradores también necesitan ser escuchados y atendidos ante sus quejas y reclamos, además, deben estar capacitados sobre calidad de servicio y clima laboral, para poder tener un mejor ambiente de trabajo, para mejorar el trabajo en equipo, alcanzar sus metas personales, etc.

El Hospital Regional Hermilio Valdizán Medrano de Huánuco (HRHVM) fue creado el 20 de julio de 1963 por la junta de gobierno de los generales Nicolás Lindley, Juan Torres M. y Pedro Vargas P. quienes entregaron el mando de la construcción al arquitecto Fernando Belaunde Terry. Que se encarga de brindar servicio especializado a la región de Huánuco con equidad integridad, interculturalidad, calidad basado en principios morales éticos, humanos que busquen la recuperación y rehabilitación física y mental de nuestro usuario. Archivos del HRHVM (2000)

Dada la importancia del HRHVM debido a que se encarga de brindar el servicio de salud a nivel de la región de Huánuco y siendo el más importante dentro de esta, se debe de conocer el clima laboral de los trabajadores del Área de Farmacia para analizar cómo este repercute en la atención que brinda a los usuarios y clientes. Para lo cual Fernández, Tiburcio y Vásquez (2015) realizaron un estudio en la ciudad de Huánuco enmarcando al tema sobre la calidad de atención y satisfacción de usuarios del Servicio de Emergencia del Hospital Hermilio Valdizán Medrano, en el cual se aprecia que según los resultados obtenidos, la opinión que tienen de la calidad de atención de enfermería es negativa y no existe satisfacción adecuada del usuario del servicio de emergencia en el Hospital Regional "Hermilio Valdizán Medrano".

Como podemos darnos cuenta en otro de las especialidades del HRHVM ya se aprecia la falta de un correcto servicio y atención al cliente por parte de los trabajadores. El cual puede ser causado por falta un

clima de trabajo apropiado y falta de capacitación acerca de la importancia y la sensibilidad con la que se tiene que brindar la atención a los clientes, descuido de los jefes encargados del personal para motivarlos a realizar sus labores con amabilidad y comprensión, ya que son ellos quienes tienen contacto directo y constante con los pacientes y clientes que acuden a estos servicios por problemas de salud, por la que necesitan una atención adecuada y sentirse confiados en el personal que los atiende.

Por ello; el problema de investigación que se realizó está enfocado a determinar de qué manera el clima laboral de los trabajadores del área de Farmacia repercute en la calidad de la atención que ellos brinda a los clientes del Hospital Hermilio Valdizán Medrano; ya que el clima laboral es un factor clave para que los trabajadores puedan desarrollarse dentro sus centros de trabajo que en muchas entidades estatales se ha venido dejando de lado; la cual ayudaría a que los trabajadores tengan un mejor desempeño laboral y puedan brindar un servicio de calidad al cliente.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿De qué manera el Clima Laboral se relaciona con la calidad de atención al cliente en el Área de Farmacia del Hospital Regional Hermilio Valdizán Medrano - 2018?

1.2.2. Problemas Específicos

- ¿De qué manera se relaciona la Autorrealización con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018?
- ¿De qué manera se relaciona el Involucramiento Laboral con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018?
- ¿Cuál es la relación que tiene la Supervisión con en la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018

- ¿De qué manera se relaciona la Comunicación interna con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV - 2018?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Determinar de qué manera el Clima Laboral se relaciona con la Calidad de atención al cliente en el Área de Farmacia del Hospital Regional Hermilio Valdizan Medrano – 2018.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Determinar de qué manera se relacionan la Autorrealización con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018
- Determinar cuál es la relación que tiene el Involucramiento Laboral con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018.
- Determinar de qué manera se relaciona la Supervisión con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018.
- Conocer de qué manera se relacionan la Comunicación interna con la Calidad de la Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018.

1.4. Justificación

Como consecuencia de la creciente insatisfacción en la atención de los clientes en el servicio de Farmacia del HRHV, surgió la necesidad de realizar un análisis respecto a que si esta guarda relación con el Clima Laboral que tienen los trabajadores dentro del servicio de farmacia.

Se ha decidido estudiar el caso del Hospital Hermilio Valdizan Medrano, siendo el centro de salud más importante de la ciudad de Huánuco, es fundamental que los clientes que acuden sean correctamente atendidos, a través de ello se busca conocer las

condiciones del clima laboral de los trabajadores del área de farmacia y si este repercute en la atención que se brinda al cliente.

Teórica: La presente investigación se fundamenta en la necesidad de entregar un instrumento que permita determinar la relación que existe entre el clima laboral y la atención al cliente, para el beneficio tanto del cliente interno como del cliente externo.

Práctica: Se busca conocer cómo se encuentra el clima laboral y de la atención al cliente que se brinda, para poder analizar las dimensiones y determinar aquellos que son deficientes. Los jefes inmediatos y los trabajadores del servicio de farmacia, deberán de reconocer las mejoras que se pueden obtener en la atención al cliente al tener un clima laboral adecuado y estable.

Relevancia Social: Es importante entender el clima laboral que tienen los trabajadores del servicio de farmacia del hospital que dará buenos resultados en la atención de los clientes.

1.5. Limitaciones de la investigación

Las limitaciones para culminar el presente proyecto de investigación vendrían a ser la disponibilidad del tiempo, ya que los trabajadores del Área de Farmacia al tener horario ya definidos no concuerdan con mis horarios libres para poder desarrollar la obtención de la información. Para lo cual los trabajadores del Servicio de Farmacia me facilitaron su rol de horarios mensual, con lo que pude organizar mis horarios.

1.6. Viabilidad de la investigación

El Estudiante de Marketing y Negocios Internacionales colaborara desinteresadamente e incondicionalmente, porque los resultados de dicha investigación son de su interés, ya que resulta viable a pesar de las limitaciones.

Se obtuvo el presupuesto para cubrir los gastos necesarios para poder culminar el proyecto de investigación.

También se tuvo acceso a bibliografía y textos necesarios, así como la disposición de medios digitales para la obtención de información que sirvieron de ayuda permanente para el desarrollo del proyecto.

El presente proyecto se llevó a cabo en un centro de salud estatal, en el área de farmacia quienes nos han facilitado la información necesaria y oportuna.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

Entre las investigaciones internacionales más relevantes y coherentes con nuestras variables y diseño de estudio tenemos:

2.1.1.1. Pereira, C. (2014) en su trabajo de investigación titulado: **“Clima laboral y servicio al cliente” (estudio realizado en hospitales privados de la zona 9 de la ciudad de Quetzaltenango) “- México.** En la que concluye:

- El clima laboral incide en el servicio al cliente porque si existe armonía y respeto entre los colaboradores del hospital, además los trabajadores reconocen la existencia del mismo ya que los compañeros de trabajo y los pacientes son los clientes internos y externos que requieren un servicio de calidad.
- Los factores determinantes que se detectaron en el hospital objeto de investigación fueron remuneraciones, experiencia, armonía, comunicación, colaboración, seguridad e higiene, estos son factores que no les afecta de una manera negativa sino positiva.

En el hospital existen procedimientos que facilitan la práctica de la calidad y que éstos facilitan el servicio al cliente al lograr que éste sea de calidad.

2.1.1.2. Williams, L. (2013) en su trabajo de investigación titulado: **“Estudio diagnóstico de clima laboral en una dependencia publica - Monterrey”.** En la que concluye:

- La motivación se ve seriamente afectada, reflejando un personal desinteresado, con poca identificación con su institución laboral, incertidumbre profesional, una comunicación deficiente entre los distintos niveles jerárquicos, tanto ascendente como descendentemente; en cuanto al liderazgo en la institución, se ve cada

vez más afectado y con menor credibilidad por parte de los empleados lo cual es reforzado por la falta de acercamiento y confianza por ambas partes, por la falta de claridad al explicar los objetivos y la omisión de información que podría ser relevante para llevar a cabo efectivamente las actividades y la falta de retroalimentación hacia las acciones del personal.

2.1.1.3. Chang, J. (2014) en su trabajo de investigación titulado: “**Atención al cliente en los servicios de la municipalidad de Malacatán San Marcos**”. En la que concluye:

- En la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, la atención al cliente carece de lineamientos estratégicos que orienten la conducta, aptitud y actitud de los colaboradores; no se cuenta con la adecuada ambientación de la infraestructura, que fortalezca la calidad de los servicios prestados, para incrementar la satisfacción de los usuarios y se genere una imagen institucional que persiga en su conjunto, crear las condiciones, que influencien en la participación ciudadana de la región, en el ejercicio de sus derechos y obligaciones como ciudadanos Guatemaltecos. En consecuencia, la mayoría de usuarios, califica la atención que actualmente se le brinda entre regular y buena; sin embargo, al analizar los aspectos tangibles e intangibles que la conforman, se concluye que es deficiente.
- El usuario de los servicios de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, no se siente del todo satisfecho, ello debido a la variabilidad de los colaboradores al momento de ser atendidos en relación a la orientación, cortesía, amabilidad, el servicio en sí y a la deficiente ambientación de las instalaciones, ya que el usuario, espera que la atención sea la adecuada en aspectos como: información brindada, cortesía, amabilidad y rapidez; además que, las instalaciones sean cómodas, limpias, con la seguridad, y servicios básicos indispensables disponibles. Por tanto, para el cliente demandante de los servicios, la

atención al cliente se calificó entre buena y regular; lo que les provocó un sentimiento de indiferencia a la hora de calificarla.

- Al hacer un balance entre los aspectos agradables y desagradables, considerando de igual manera los resultados de la observación técnica efectuada de la atención al cliente y las condiciones actuales de la infraestructura municipal; es decir, la evaluación general de los aspectos tangibles e intangibles de la atención al usuario, se considera que la imagen institucional que proyecta la Municipalidad, es regular.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Entre las investigaciones nacionales más relevantes y coherentes con nuestras variables y diseño de estudio tenemos:

2.1.2.1. Echegaray, V. (2014) en su trabajo de investigación titulado: **“Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente de la CMAC TACNA en el año 2013”**. En la que concluye:

- El Clima organizacional influye de manera positiva en la Satisfacción de los clientes de la CMAC-TACNA. La correlación entre ambas variables fue de 0,55 A medida que se mejora el Clima organizacional mejora la satisfacción de los clientes.
- Existe una relación significativa entre la cultura organizacional y la Satisfacción del cliente de la CMAC-TACNA. La correlación entre ambas variables fue de 0,56. A medida que se mejora la cultura organizacional mejora la satisfacción de los clientes.
- Existe una relación moderada entre el diseño organizacional y la Satisfacción del cliente de la CMAC-TACNA. La correlación entre ambas variables fue de 0,49. En la medida que se mejore el diseño organizacional mejorará la satisfacción laboral de los clientes.
- Existe una relación moderada entre el potencial humano y la Satisfacción del cliente de la CMAC-TACNA. La correlación entre ambas variables fue de 0,48. A medida que se mejora el potencial humano mejora la satisfacción de los clientes.

2.1.2.2. Ruiz, R. (2017) en su trabajo de investigación titulado: **“Calidad de atención al cliente y el nivel de satisfacción del usuario externo en el HOSPITAL ESSALUD II, TARAPOTO, SAN MARTIN – 2016”**. En la que concluye:

- Mediante la prueba de Rho Spearman se ha podido constatar que existe una relación directa y significativa entre la calidad de atención al usuario y el nivel de satisfacción en el hospital EsSalud II – Tarapoto, debido a que el valor de p es de 0.255 lo cual indica que es un valor positivo y el nivel de significancia es de 0.000, este resultado es menor que 0.05 dando como resultado que se acepta la hipótesis alterna.
- El nivel de la calidad de atención en el hospital EsSalud II – Tarapoto, de los usuarios se encuentran en un nivel bueno con un 33%, mientras que en un nivel regular se encuentran con un 67%.
- Los usuarios externos del hospital EsSalud II – Tarapoto, se encuentran con un nivel de satisfacción bajo en un 76%, mientras que un 24% se encuentran regularmente satisfechos.

2.1.2.3. Silva, A. & Chullo, M. (2018) en su trabajo de investigación titulado: **“Ansiedad estado y clima laboral en trabajadores de salud del Hospital de la Policía - Arrequipa”**. En la que concluye:

- Existe correlación negativa moderada entre ansiedad estado y clima laboral en la población estudiada, confirmándose la hipótesis que a mayor nivel de ansiedad estado existe un clima laboral más desfavorable.
- La mayoría de los trabajadores de la población estudiada presentan un nivel entre medio y alto de ansiedad estado.
- Los trabajadores de la población estudiada perciben en su mayoría un nivel medio de clima laboral.
- No existe relación significativa en los niveles de ansiedad estado y clima laboral según género.

2.1.3. Antecedentes locales

Entre las investigaciones locales más relevantes y coherentes con nuestras variables y diseño de estudio tenemos:

2.1.3.1. Ponce, F.; Ramon, M. & Suarez, E. (2017) en su trabajo de investigación titulado: **“Gestión del clima laboral y su relación con el desempeño del personal administrativo en la Unheval 2017-Huánuco”**. En la que concluye:

- La gestión del clima laboral se relaciona con el desempeño del personal administrativo de la UNHEVAL, de una manera regular, según los resultados establecidos.
- La gestión del clima laboral en la UNHEVAL, es regular, en tanto se visualiza un comportamiento laboral aceptable, por debajo de la media.
- El desempeño del personal administrativo de la UNHEVAL, es regular respecto al cumplimiento de sus funciones, metas y objetivos Institucionales.
- Se ha determinado que existe una relación significativa entre la gestión del clima laboral respecto del desempeño del personal administrativo en la UNHEVAL

2.1.3.2. Verde, S. & Huayta, S. (2016) en su trabajo de investigación titulado: **“Calidad de atención al cliente y su relación con el nivel de satisfacción general del servicio. SEDA HUÁNUCO, 2015”**. En la que concluye:

- El comportamiento del trabajador y sus actitudes de trabajo se relaciona de manera negativa con el nivel de satisfacción del cliente o del usuario de SEDA Huánuco, no brindan una atención personalizada siendo ya que la gran mayoría indicó que no reciben un trato amable no cumplen con parámetros de satisfacción al cliente.
- Se obtuvo como resultado que el nivel de satisfacción es baja o negativa, no se observó ningún cambio para mejorar el servicio por decir de las de colas tanto para el pago de las tarifas por el consumo de agua potable y otros servicios o para la atención de trámites, como la de reclamos diversos; entonces podemos deducir que no realizan ninguna innovación que beneficien a los clientes.

- Es demasiado el tiempo de espera para ser atendidos, lo que provoca malestar y pérdida de tiempo a los clientes usuarios de SEDA Huánuco, además que los ambientes en donde esperan no tiene la capacidad adecuada teniendo que esperar en la calle a la intemperie exponiéndose a las temperaturas del clima.
- El comportamiento de los trabajadores es poco amable, ineficientes en su labor, se observó que los trabajadores administrativos son de avanzada edad, ello se demuestra en el cansancio y poca iniciativa para mejorar el servicio, carencia de personal para cubrir la demanda siendo esta una de las causas por las que se generan largas colas sobre todo cuando es fecha de pago; trayendo como consecuencia insatisfacción en los clientes y pérdida de tiempo.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Clima laboral

Chiavenato (2003), el origen del estudio del clima organizacional, nace a partir de dos escuelas denominadas Gestal y Escuela Funcionalista:

El enfoque Gestal, menciona que los individuos comprenden el mundo que les rodea basados en criterios percibidos e inferidos, de tal manera que se comportan en función de la forma en que perciben su mundo. Es así que el comportamiento de un empleado está influenciado por la percepción que el mismo tiene sobre el medio de trabajo y del entorno.

El enfoque funcionalista, consiste en la observación de que el comportamiento de los individuos depende de su ambiente, al tiempo que las diferencias entre los individuos tendrían un rol importante en la adaptación del individuo respecto al medio.

Según Martínez (2001), dijo que “el clima laboral está determinado por el conjunto de factores vinculados a la calidad de vida dentro de una organización. Constituye una percepción, y como tal adquiere valor de realidad en las organizaciones”.

Según Hodgetts y Altman (1985) dijeron que “el clima laboral es un conjunto de características del lugar de trabajo, percibidas por los

individuos que laboran en ese lugar y sirven como fuerza primordial para influir en su conducta de trabajo.

De acuerdo a Litwin y Stinger (1998), citado por Gan (2007), 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 denominamos Clima Organizacional, este 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, también puede ser un factor de distinción e influencia en el comportamiento de quienes la integran. En suma, es la expresión personal de la "percepción" que los trabajadores y directivos se forman de la empresa a la que pertenecen y que incide directamente en el desempeño de la misma.

Desde que este tema despierta 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, solo en las últimas décadas se han hecho esfuerzos por explicar su naturaleza e intentar medirlo.

2.2.1.1. Tipos de Clima Laboral

Es importante conocer los distintos tipos de climas que existen y ver cual se apega más a nuestra organización y si este no está dando buenos resultados, cambiarlo por uno que cree un buen ambiente laboral que ayude a la eficiencia y eficacia de sus empleados.

Likert, citado por Brunet (1987) en su teoría de los sistemas, determina dos grandes tipos de clima organizacional, o de sistemas, cada uno de ellos con dos subdivisiones, los cuales son:

- a) **Clima autoritarismo explotador:** en este tipo de clima la dirección no tiene confianza en sus empleados. La mayor parte de las decisiones y de los objetivos se toman en la cima de la organización y se distribuyen según una función puramente descendente. Los empleados tienen que trabajar dentro de una atmósfera de miedo,

de castigos, de amenazas, ocasionalmente de recompensas, y la satisfacción de las necesidades permanece en los niveles psicológicos y de seguridad. Este tipo de clima presenta un ambiente estable y aleatorio en el que la comunicación de la dirección con sus empleados, no existe más que en forma de directrices y de instrucciones específicas.

- b) **Clima autoritarismo paternalista:** Este tipo de clima es aquel en el que la dirección tiene una confianza condescendiente en sus empleados, como la de un amo con su siervo. La mayor parte de las decisiones se toman en la cima, pero algunas se toman en los escalones inferiores. Las recompensas y algunas veces los castigos son los métodos utilizados por excelencia para motivar a los trabajadores. Bajo este tipo de clima, la dirección juega mucho con las necesidades sociales de sus empleados que tienen, sin embargo, la impresión de trabajar dentro de un ambiente estable y estructurado.
- c) **Clima consultivo:** La dirección que evolucina dentro de un clima 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. Las recompensas, los castigos ocasionales y cualquier implicación se utilizan para motivar a los trabajadores; se trata también de satisfacer sus necesidades de prestigio y de estima. Este tipo de clima presenta un ambiente bastante dinámico en que la administración se da bajo la forma de objetivos por alcanzar.
- d) **Clima participativo 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 en 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 y confianza entre los superiores y subordinados. En resumen todos los empleados y todo el personal de dirección forman un equipo para alcanzar los fines y los objetivos de la organización que se establecen bajo la forma de planeación estratégica.

En conclusión podemos decir que existen dos tipos de clima que son los más idóneos para las organizaciones que son el clima consultivo y el clima participativo en grupo. Ya que ambos involucran al personal con la organización y les brindan un buen ambiente y confianza a sus trabajadores lo que hace que estos se sientan cómodos e identificados con la organización.

2.2.1.2. Características del clima laboral

Castillo (2006) a fin de comprender mejor el concepto de Clima Organizacional es necesario resaltar las siguientes características:

- El clima se refiere a las características del medio ambiente de trabajo estas pueden ser internas o externas.

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. Unos comprenden los factores de liderazgo y prácticas de dirección (tipos de supervisión: autoritaria, participativa). Otros factores están relacionados con el

sistema formal y la estructura de la organización (sistema de comunicaciones, relaciones de dependencia, promociones, remuneraciones). Otros son las consecuencias del comportamiento en el trabajo (sistemas de incentivo, apoyo social, interacción con los demás miembros).

2.2.1.3. Dimensiones del Clima Laboral

De acuerdo a Palma (2006) los factores que influyen en el clima laboral son los siguientes:

- a) **Autorrealización:** Palma (2006), “es la apreciación del trabajador con respecto a las posibilidades que el medio laboral favorece al desarrollo personal y profesional contingente a la tarea y con perspectiva de futuro”.

La necesidad de autorrealización es llegar a ser lo que es capaz de ser. Es el clima de las necesidades de los seres humanos. Hacer aquello para lo que la persona se siente dotada y desarrollar sus propias posibilidades, lo que le hace sentirse contento y satisfecho cuando tiene la oportunidad de desplegar esas posibilidades dentro de su vida familiar, escolar o profesional.

Mientras que para Palma (2006), la autorrealización es una apreciación del trabajador a cerca de las posibilidades de desarrollo que tiene en su trabajo; para Maslow (1943), la autorrealización es vista como una necesidad de llegar a desarrollar las capacidades que le van a permitir a la persona, ser lo que realmente quiere en la vida.

- b) **Involucramiento Laboral:** Palma (2006), es la identificación con los valores organizacionales y compromiso para el cumplimiento y desarrollo de la organización.

Litwin y Stinger (1968), la dimensión identidad es “el sentimiento de que uno pertenece a la compañía y es un miembro valioso de un equipo de trabajo; en general, la sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización”.

Los autores Palma (2006), Litwin y Stinger (1968), concuerdan en involucramiento laboral, es el sentirse importante de la empresa y que también comparte objetivos con ella.

c) **Relaciones:** Según Litwin y Stinger (1998), citado por Gan (2007), postulan que: es la percepción por parte de los miembros de la empresa acerca de la existencia de un ambiente de trabajo grato y de buenas relaciones sociales tanto entre pares como entre jefes y subordinados.

d) **Supervisión:** Palma (2006), “son las apreciaciones de funcionalidad y significación de superiores en la supervisión dentro de la actividad laboral en tanto relación de apoyo y orientación para las tareas que forman parte de su desempeño diario”.

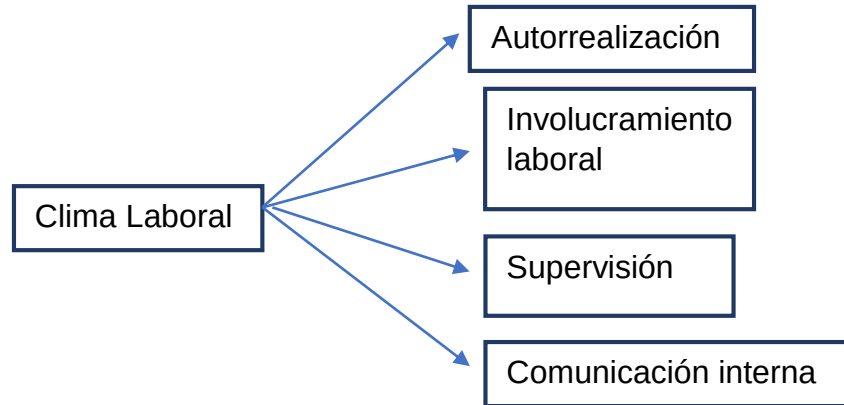
Moss (1974), “el control, se refiere a los reglamentos y a las presiones que puede utilizar la dirección para controlar a los empleados”.

e) **Comunicación interna:** Palma (2006), “es la percepción del grado de fluidez, celebridad, claridad, coherencia y precisión de la información relativa y pertinente al funcionamiento interno de la empresa como con la atención a usuarios y/o clientes de la misma”. Grant (2002), citado por Asmat (2006), el Factor Comunicación, se refiere a los procesos de transmisión de información, órdenes y en general, a los actos comunicativos, ya sean orales o escritos.

f) **Condiciones Laborales:** Palma (2006), “es el rendimiento de que la institución provee los elementos materiales, económicos y/o psicosociales necesarios para el cumplimiento de las tareas encomendadas”.

Las condiciones laborales se basan en que los empleados se preocupan por su entorno laboral tanto por comodidad como para realizar bien su trabajo.

Para la presente investigación, se asumen las siguientes dimensiones, los cuales nos permitirán analizar y medir la correlación entre las variables.



2.2.2. Atención al cliente

2.2.2.1. El cliente. - elemento vital de cualquier empresa.

Martínez (2007). En el documento consideraciones teóricas sobre atención al cliente se refiere a lo siguiente: El cliente es el núcleo en torno al cual debería girar siempre la política de cualquier empresa. Superadas las teorías que sitúan el producto como eje central, se impone un cambio radical en la cultura de las empresas hacia la retención y fidelización del cliente, concebido éste como el mayor valor de las organizaciones y ante el que se supeditan todos los procesos, incluidos los referentes a la fabricación y selección de los productos y servicios que se ofertan y, por supuesto, la relación con el cliente.

2.2.2.2. Características de los clientes

Martínez (2007). En el documento consideraciones teóricas sobre atención al cliente se refiere a lo siguiente:

- Son las personas más importantes para cualquier organización
- Un cliente no depende de usted, es usted quien depende del cliente.
- Un cliente no interrumpe su trabajo, sino que es la finalidad del mismo. □ No le está haciendo ningún favor al servirle, sino que ese es su obligación.

- Son seres humanos llenos de necesidades y deseos. Su labor es satisfacerlos
- Merecen el trato más amable y cortés □ Representan el fluido vital de la organización, sin ellos la organización no tendría razón de ser.

2.2.2.3. Clasificación de los clientes

Martínez (2007). Citando a Karl Albrecht y Jack Carson en el libro La excelencia de los servicios y. La revolución de los servicios, clasifica a los clientes, en clientes internos y externos; donde:

- Interno: Son aquellas personas dentro de la empresa, que por su ubicación en el puesto de trabajo, sea operativo, administrativo o ejecutivo, recibe de otros algún producto o servicio, que debe utilizar para alguna de sus labores.
- Externos: Son aquellos que no pertenece a la empresa u organización y va a solicitar un servicio o a comprar un producto.

2.2.2.4. Atención al cliente

Hoffman & Douglas (2002) señalan:

"Desde una perspectiva histórica, gran parte del trabajo en el campo de la satisfacción de los clientes empezó en los años setenta, cuando el consumismo empezó a aumentar. El nacimiento del movimiento de los consumidores estuvo relacionado, directamente con la baja de los servicios que sintieron muchos de estos".

Kotler y Armstrong (1991) definen que:

Se deriva de la relación existente entre la empresa y el cliente, el personal que se encargue de esto debe ser especializado y se encargara de las quejas sugerencias, así como de las necesidades y problemas relacionados con los productos de la empresa; para este trabajo se requiere personas comprensivas, diplomáticas y capaces, que puedan trabajar con una amplia gama de personas dentro y fuera de la empresa.

Serna (2006), el servicio al usuario es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

2.2.2.5. Características de la atención al cliente

Serna (2006) señala que:

Entre las características más comunes se encuentran las siguientes:

- a) Es intangible, no se puede percibir con los sentidos.
- b) Es perecedero, se produce y consume instantáneamente
- c) Es continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
- d) Es integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
- e) La oferta del servicio, prometer y cumplir.
- f) El foco del servicio, satisfacción plena del cliente.

2.2.2.6. Perfil del personal de atención al cliente

Según Ulgade (2010) deben de tener el siguiente perfil:

- Ser capaz de hablar positivamente: esta es la habilidad con la que, mediante una buena comunicación oral, se puede crear una imagen positiva de un producto, servicio o empresa en la mente del consumidor.

Lo verdaderamente importante es que el cliente reciba la señal de que la persona que va a atenderle esta felizmente dispuesta a ello. También es necesario usar un lenguaje positivo al comunicarle malas noticias al consumidor en cuestión.

- Saber escuchar: Esta es una de las mejores habilidades que una persona puede tener para manejar relaciones interpersonales. Al cliente le gusta ser escuchado y entendido.
- Saber implicarse: No basta con que el representante de Atención al Cliente crea que el cliente está satisfecho, debe comprobar que así es cuando el cliente lo expresa. Entonces la transacción se habrá completado exitosamente, tanto en la mente del consumidor como en la suya.

- **Ser cortés:** Ser cortés, y ser capaz de serlo con todos los clientes y en todas las situaciones. Un buen representante de Atención al Cliente no debe tener prejuicios y debe tratar bien a todos los Clientes.

En resumen, todas las características anteriormente descritas se corresponden con el perfil de un buen representante de Atención al Cliente, que no solo debe saber cómo resolver las situaciones complicadas, sino que se debe poner en la piel del consumidor para saber que necesita y como puede dárselo.

2.2.2.7. Dimensiones de atención al cliente

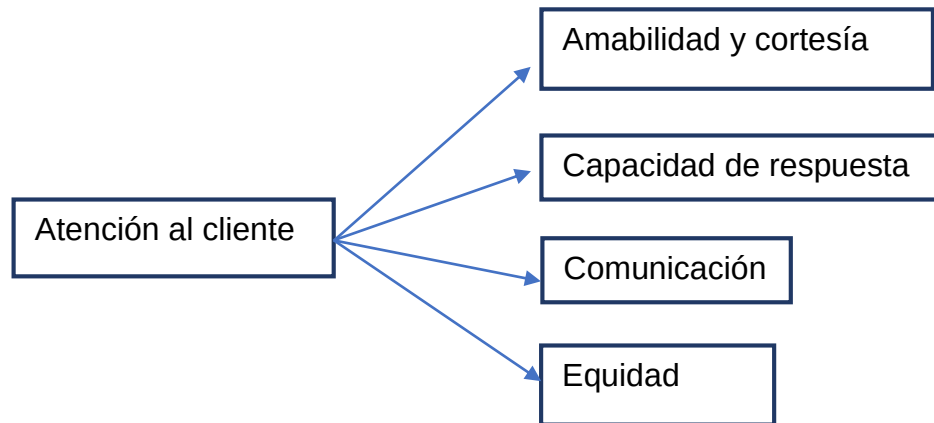
Fernández (2015), para determinar las dimensiones de la calidad, se determinan todos aquellos aspectos que inciden directamente sobre la percepción del cliente cuando interactúa con la empresa. Estos momentos de interacción se conocen como “los momentos de la verdad”, denominados así porque es en esos momentos de contacto empresa-cliente, donde el servicio prestado es evaluado por el cliente y donde ya no hay vuelta atrás, en tanto y en cuanto todos los recursos con los que la empresa cuenta para prestar un servicio de calidad deben ser realizados antes de dicho momento.

- **Accesibilidad:** se brindan servicios que faciliten el ejercicio de los derechos de los beneficiarios, garantizando que los mismos sean fáciles de contactar, contando con horarios amplios de atención, tiempos de espera reducidos y diversos canales de acceso (personal, telefónico, electrónico).
- **Amabilidad y cortesía:** el personal está a disposición del ciudadano con una actitud cordial, de respeto y consideración; mostrándose siempre amables ante el afiliado.
- **Capacidad de respuesta:** se garantiza la celeridad en las acciones, la agilidad en las tramitaciones y la prestación de servicios oportunos, realizando gestiones perentorias cuando las situaciones revisten carácter de urgente. Además de estar dispuestos a responder las peticiones de los clientes.

- **Competencia:** se garantiza que el personal cuente con la capacitación adecuada para la realización de sus tareas y la prestación de servicios al ciudadano.
- **Comprensión al ciudadano:** El personal de atención al público se preocupa por los problemas y necesidades del ciudadano vinculadas al servicio y es flexible para dar un trato personalizado a cada usuario. Además, el personal trata de comprender a los usuarios y sus necesidades.
- **Comunicación:** se garantiza la utilización de un lenguaje simple y claro en todos los servicios que presta el organismo, particularmente en aquellos que suponen brindar información al ciudadano. La misma debe estar actualizada y ser completa, veraz, oportuna y pertinente.
- **Confiabilidad:** se garantiza que los procedimientos y acciones, se realicen de manera cuidadosa, precisa y correctos a la primera, cumpliendo con la normativa vigente. Los registros, bases de datos y fuentes de información del organismo son permanentemente actualizados y cuentan con información correcta y completa. De esta manera, hacer que se los afiliados se sientan seguros en sus operaciones.
- **Equidad:** se garantiza un trato igualitario a todos los usuarios que demandan servicios, sin discriminación de ningún tipo (condición social, localidad de residencia, edad, sexo, etc.).
- **Tangibilidad:** se garantiza que los empleados tengan apariencia pulcra y profesional; que las instalaciones sean visualmente atractivas, cómodas, amplias y funcionales, que las mismas cuenten con una organización física interna; y equipos modernos.
- **Transparencia:** se garantiza la difusión pública de los resultados de la gestión contando, para ello, con mecanismos institucionalizados.

Para la presente investigación, se asumen las siguientes dimensiones, los cuales nos permitirán analizar y medir la correlación entre las variables.

Para la presente investigación, se asumen las siguientes dimensiones, los cuales nos permitirán analizar y medir la correlación entre las variables.



2.3. Definiciones conceptuales

- a) **Ambiente físico.** Comprende el espacio físico, las instalaciones, los equipos instalados, el color de las paredes, la temperatura, el nivel de contaminación, entre otros.
- b) **Ambiente social.** Que abarca aspectos como el compañerismo, los conflictos entre personas o entre departamentos, la comunicación y otros.
- c) **Cliente.** En el comercio y el marketing, un cliente es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago. Quien compra, es el comprador, y quien consume el consumidor. Normalmente, cliente, comprador y consumidor son la misma persona.
- d) **Clima.** Los investigadores del clima, con base en cuestionarios, trataron de caracterizar situaciones organizacionales específicas con respecto a dimensiones y principios universales.
Casi todos consideraban que el progreso consistía en mejoras incrementales dentro del contexto de este enfoque básico.
- e) **Comportamiento organizacional.** Compuesto por aspectos como la productividad, el ausentismo, la rotación, la satisfacción laboral, el nivel de tensión, entre otros.

- f) **Gestión del Clima Laboral:** Es una parte de la administración de los recursos humanos que mide cualidades, atributos o propiedades relativamente permanentes de un ambiente de trabajo concreto que son percibidas, sentidas o experimentadas por las personas que componen la organización empresarial y que influyen sobre su conducta.
- g) **Insatisfacción.** Sentimiento de malestar o disgusto que se tiene cuando no se colma un deseo o no se cubre una necesidad. Cosa que provoca malestar o disgusto.
- h) **Involucramiento Laboral:** es la identificación con los valores organizacionales y compromiso para el cumplimiento y desarrollo de la organización”.
- i) **Motivación.** La motivación muestra lo que mueve a los trabajadores en su labor. Cuando tienen una gran motivación, se eleva el clima y se establecen relaciones satisfactorias de animación, interés, colaboración.
- j) **Organización.** Son sistemas sociales diseñados para lograr metas y objetivos por medio de los recursos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas. También se definen como un convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico.
- k) **Reconocimiento.** La mayoría de los hombres quieren y buscan el reconocimiento; en realidad ellos consagran gran parte de su vida a buscarlo. No hay mejor causa de insatisfacción que desvalorizar al trabajador.
- l) **Satisfacción.** En su ámbito más general, es un estado de la mente producido por una mayor o menor optimización de la retroalimentación cerebral, en donde las diferentes regiones compensan su potencial energético, dando la sensación de plenitud e inapetencia extrema.
- m) **Servicios.** Es acto, esfuerzo que ofrece una parte a otra. Se observa la intangibilidad que caracteriza al servicio.

- n) **Trabajo.** Esfuerzo personal para la producción y comercialización de bienes y/o servicio con un fin económico, que origina un pago de dinero o cualquier otra forma de retribución.

2.3.1. Hipótesis

2.3.2. Hipótesis General

Hi: Clima laboral se relaciona significativamente con la Calidad de Atención al Cliente en el Área de Farmacia del Hospital Regional Hermilio Valdizan Medrano – 2018

2.3.3. Hipótesis Específicos

Ha: La Autorrealización se relaciona significativamente con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018.

Ha: Involucramiento Laboral se relaciona significativamente con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018.

Ha: La Supervisión se relacionan significativamente con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018.

Ha: Comunicación interna se relaciona significativamente con la Calidad de la Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018.

2.4. Sistema de variables

2.4.1. Variable independiente

Clima laboral.

2.4.2. Variable dependiente

Atención al cliente.

2.5. Operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
(VI) CLIMA LABORAL	D1: Autorrealización	• Motivación • Objetivos alcanzados • Desarrollo de capacidades • Recompensas
	D2: Involucramiento Laboral	• Apoyo • Compromiso • Sentimiento de pertenencia a la organización
	D3: Supervisión	• Reglamento, tramites, burocracia, percepción. • Toma de decisiones, actitudes, orientación de tareas
	D4: Comunicación interna	• Ambiente de trabajo grato, canales de comunicación • Solución de problemas • Relaciones interpersonales
(VD) ATENCION AL CLIENTE	D1: Amabilidad y cortesía	• Actitud cordial, respeto, consideración, seguridad.
	D2: Capacidad de respuesta.	• Atención oportuna • Consultas y dudas • Atención rápida • Satisfacción
	D3: Comunicación	• Lenguaje simple y claro, veraz y completa. • Interés por el paciente • Brindan información
	D4: Equidad	• Trato igualitario, sin discriminación. • Atención personalizada

Fuente: Elaboración propia
 Responsable: Rodríguez Rojas, Ashley.

CAPÍTULO III

3. Metodología de la investigación

3.1. Tipo de investigación

La presente investigación corresponde al tipo de investigación descriptiva porque tiene como principal objetivo el llegar a conocer las situaciones, eventos las reacciones, las influencias y las actitudes predominantes a través de una descripción exacta de todas las actividades relacionadas, los objetos, los procesos y/o las personas que intervienen. También se investigan los hechos tal como se encuentran en la realidad sin alteración alguna, describiendo claramente su naturaleza, sus características y las relaciones más simples que se desarrollan. (Hernández, 1998)

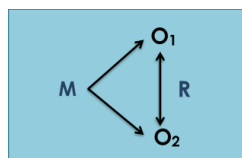
3.1.1. Enfoque

Enfoque cuantitativo: “Como la palabra lo indica la investigación cuantitativa tiene que ver con la cantidad y por lo tanto su medio principal es la medición y el cálculo. En general busca medir variables con referencia a magnitudes. Tradicionalmente se ha venido aplicando con éxito en investigaciones de tipo experimental descriptiva, explicativo y exploratorio, aunque no exclusivamente. (Niño, 2011)

3.1.2. Alcance o Nivel

El presente estudio de investigación corresponde a un nivel alcance o nivel descriptivo correlacional, ya que describe o correlaciona las variables; es decir la variable independiente (clima laboral) y la variable dependiente (atención al cliente). (Hernández, 2010)

Cuyo esquema es:



M = Muestra

O1 = Observación a la variable 1 (clima laboral)

O2 = Observación a la variable 2 (atención al cliente)

R = Relación existente entre las variables

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

- La presente investigación se llevó a cabo en el servicio de Farmacia del Hospital Regional Hermilio Valdizán Medrano. Para la obtención de datos acerca de la variable Clima Laboral el marco poblacional tiene como principales características:
- Personal que tiene trato directo con el cliente o usuario.
 - Poseen más de 6 meses años laborando en el área de farmacia.
 - Poseen conocimientos sobre la variable de estudio clima laboral.

Cuadro N°1 Población del Servicio de Farmacia

Cargo	Sujetos
Jefe del Área de Farmacia	1
Jefe de personal	1
Químicos Farmacéuticos	2
Técnicos en Farmacia	18
Total	22

Fuente: Base de datos del HRHVM
Responsable: Rodríguez Rojas, Ashley.

- Para la obtención de datos acerca de la variable atención al cliente el marco poblacional tiene como principales características:
- Personas que acuden a adquirir medicamentos con o sin SIS.
 - Personas mayores de edad, de 18 a 80 años.
 - Personas con nivel socioeconómico B- y C.
 - Personas que puedan comunicarse de manera fluida.
 - Tienen noción acerca de la variable de estudio atención al cliente.

3.2.2. Muestra

La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que se le llama población (Sampieri, citado por Balestrini, 2001).

Dicha muestra a sido seleccionada previamente empleando la técnica no probabilística a criterio del investigador, para la cual se consideró a los 20 trabajadores del Servicio de Farmacia del HRHVM, para analizar el clima laboral y al mismo tiempo se escogió 20 clientes al azar para analizar la calidad en la atención al cliente; para que se pueda realizar la comparación de datos correspondientes y análisis estadísticos para determinar la correlación entre las variables.

Cuadro N°2

Muestra para la cual se consideró a los 20 trabajadores del Servicio de Farmacia del HRHVM, para analizar el clima laboral y al mismo tiempo se escogió 20 clientes al azar para analizar la calidad en la atención al cliente

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Jefe de personal	1
Químicos Farmacéuticos	2
Técnicos en Farmacia	17
Clientes o usuarios	20
Total	40

FUENTE: Archivos del HRHVM
RESPONSABLE: Rodríguez Rojas, Ashley.

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas e instrumentos que se utilizarán serán:

Nº	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
1	Cuestionario	Encuesta (Hacemos uso de esto con la finalidad de conocer estados de opinión, características o hechos específicos para tener la información adecuada para poder validar este trabajo).
2	Bibliografía	FICHAS BIBLIOGRÁFICAS (utilizaremos esto para poder consolidar el marco teórico, también para facilitar la elaboración de la bibliografía, ya que recoge todos los datos necesarios para ello.)

3.4. Técnicas de procesamiento de la información

Se hará uso del sistema SPSS, el cual procesará y analizará nuestros datos de investigación de forma estadística, brindándonos las tablas de frecuencia y gráficos como resultados de la investigación. También haremos uso de herramientas informáticas como Excel, Word Access, en donde podemos sacar los promedios

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1. Procesamiento de datos

Los datos obtenidos mediante realización de la encuesta serán procesados a través de cuadros estadísticos y gráficos, expresando los resultados en términos numéricos porcentuales por la variable, dimensiones e indicadores para su respectivo análisis e interpretación para arribar a conclusiones preliminares y finales.

Presentación de datos: Los datos procesados fueron representados mediante cuadros estadísticos y gráficos de barra.

En los cuales se ve reflejado los resultados obtenidos de la investigación ejecutado sobre el clima laboral y la atención al cliente en el servicio de farmacia del HRHVM, Huánuco - 2018.

Resultados de la encuesta: Se aplicó una encuesta a los trabajadores y/o colaboradores del servicio de farmacia, así como también se aplicó una segunda encuesta dirigida a los clientes del servicio de farmacia. Los cuales se presenta a continuación en cuadros de frecuencia, las estadísticas descriptivas y con la asignación de sus respectivas gráficas.

Los resultados son presentados de la siguiente forma:

- El cuestionario se trabajó por medio de la metodología cuantitativa, los resultados se presentaron por medio de gráficas de barras, con sus respectivas descripciones de cada una de las 20 interrogantes realizada a los trabajadores y 20 interrogantes dirigida a los clientes.
- En la interpretación final se muestra una explicación detallada de los resultados de los instrumentos de recolección de datos y con relación al marco teórico y el objetivo general de la investigación.

4.1.1. Proceso de datos por los indicadores de la investigación. (Encuesta realizada a los trabajadores)

Pregunta N° 01
Cuadro/ Tabla N° 01

Me siento bien respecto a la motivación que recibo por parte de mi jefe inmediato. D1

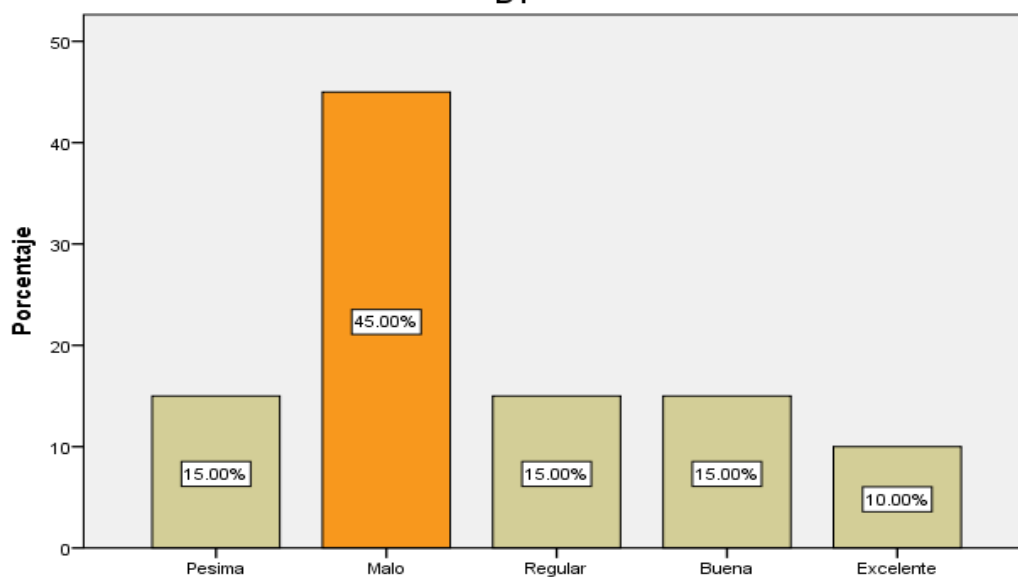
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesima	3	15.0	15.0	15.0
Malo	9	45.0	45.0	60.0
Regular	3	15.0	15.0	75.0
Buena	3	15.0	15.0	90.0
Excelente	2	10.0	10.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 01

Me siento bien respecto a la motivación que recibo por parte de mi jefe inmediato. D1



Fuente: Cuadro N° 01.

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el gráfico se observa que el 45% de los trabajadores encuestados califica como mala la motivación que recibe por parte de su jefe inmediato, mientras que un 10% de los trabajadores califica como excelente la motivación que reciben por parte del jefe inmediato dentro del servicio de farmacia.

Pregunta N° 02
Cuadro/ Tabla N° 02

¿Cree usted que sus opiniones son tomadas en cuenta por su jefe inmediato? D1

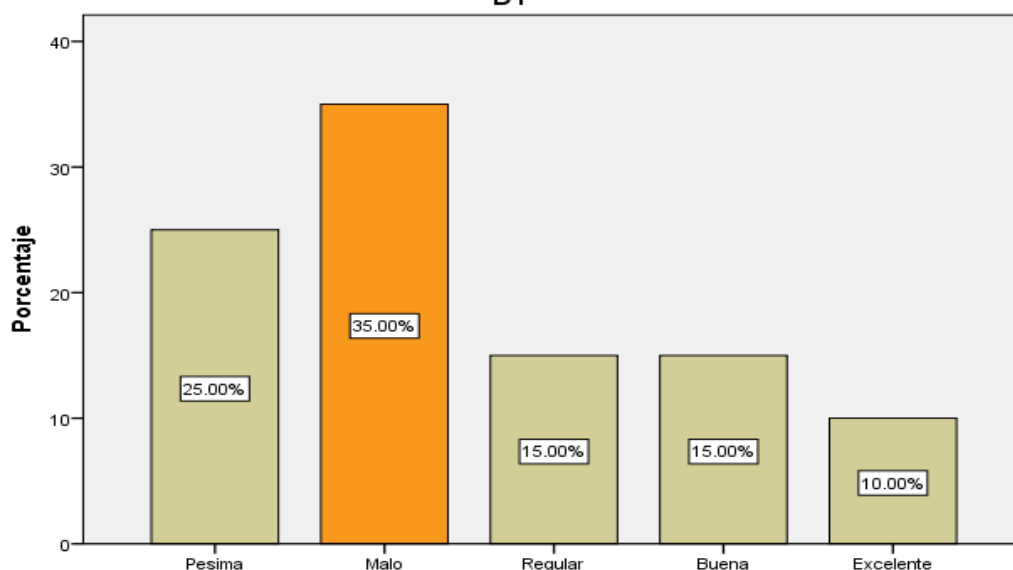
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesima	5	25.0	25.0	25.0
Malo	7	35.0	35.0	60.0
Regular	3	15.0	15.0	75.0
Buena	3	15.0	15.0	90.0
Excelente	2	10.0	10.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 02

¿Cree usted que sus opiniones son tomadas en cuenta por su jefe inmediato?
D1



Fuente: Cuadro N° 02

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa que el 35% de los trabajadores encuestados lo califica como malo y creen que sus opiniones no son tomadas en cuenta por su jefe inmediato, mientras un 10% lo califica como excelente y creen que sus opiniones si son tomadas en cuenta por su jefe inmediato.

Pregunta N° 03
Cuadro/ Tabla N° 03

¿Existe suficiente recompensa y reconocimiento por realizar un buen trabajo?

D1

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	12	60.0	60.0	60.0
Regular	4	20.0	20.0	80.0
Buena	4	20.0	20.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

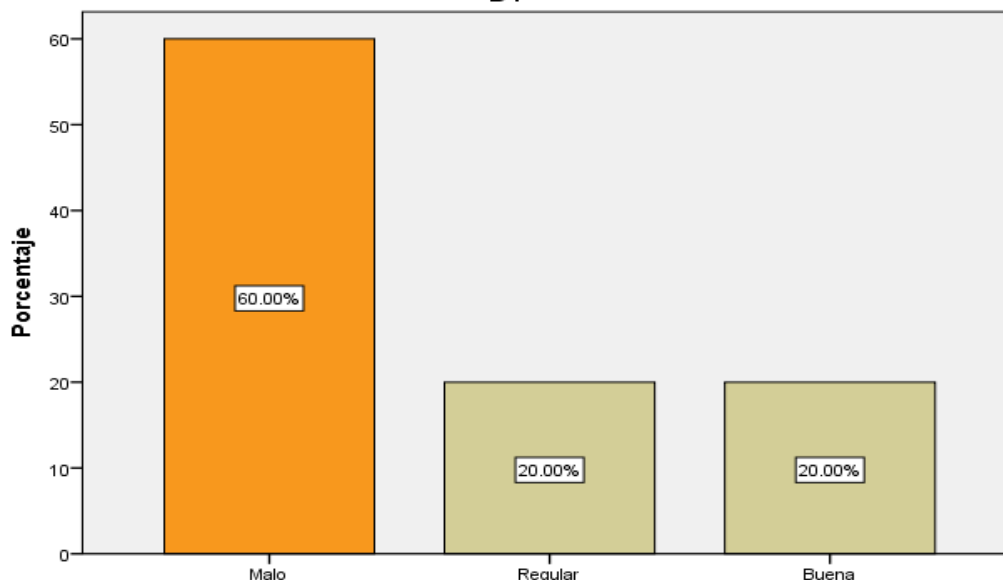
Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 03

¿Existe suficiente recompensa y reconocimiento por realizar un buen trabajo?

D1



Fuente: Cuadro N° 03

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa que el 60% de los trabajadores encuestados califica como mala la recompensa y el reconocimiento que reciben por realizar un buen trabajo, mientras que un 20% de los trabajadores la califica como regular y el otro 20% como buena.

Pregunta N° 04
Cuadro/ Tabla N° 04

¿Siente estabilidad laboral en el HRHVM? D1

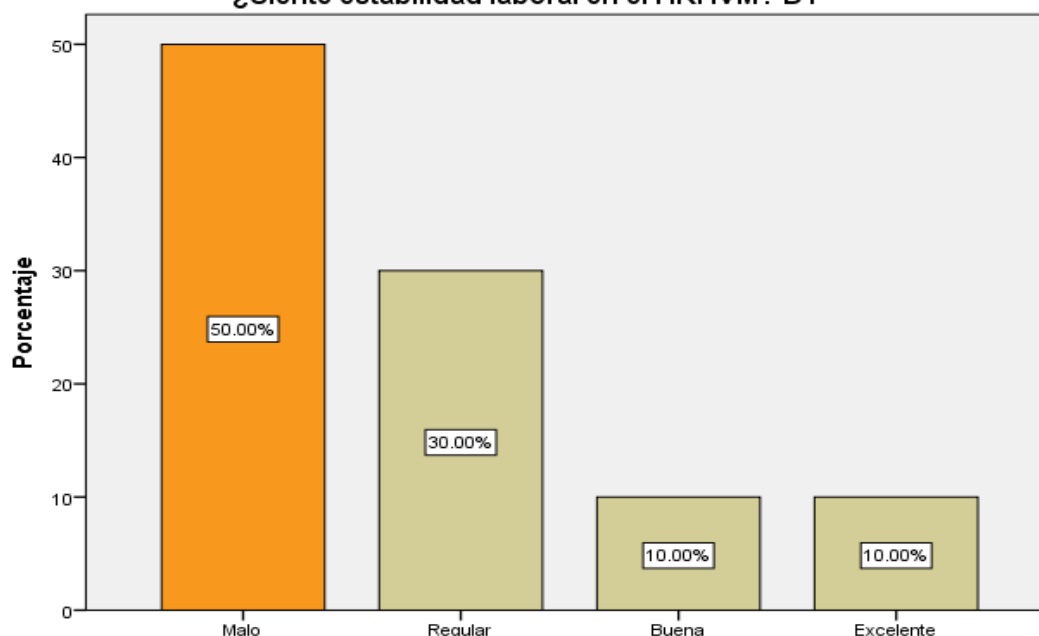
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	10	50.0	50.0	50.0
Regular	6	30.0	30.0	80.0
Válidos Buena	2	10.0	10.0	90.0
Excelente	2	10.0	10.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 04

¿Siente estabilidad laboral en el HRHVM? D1



Fuente: Cuadro N° 04

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa que el 50% de los trabajadores encuestados perciben como mala la estabilidad laboral en el HRHVM, mientras que un 10% de los trabajadores califica como excelente.

Pregunta N° 05
Cuadro/ Tabla N° 05

¿Su jefe inmediato ayuda a que los trabajadores crezcan profesionalmente, ya sea un ascenso o una promoción? D1

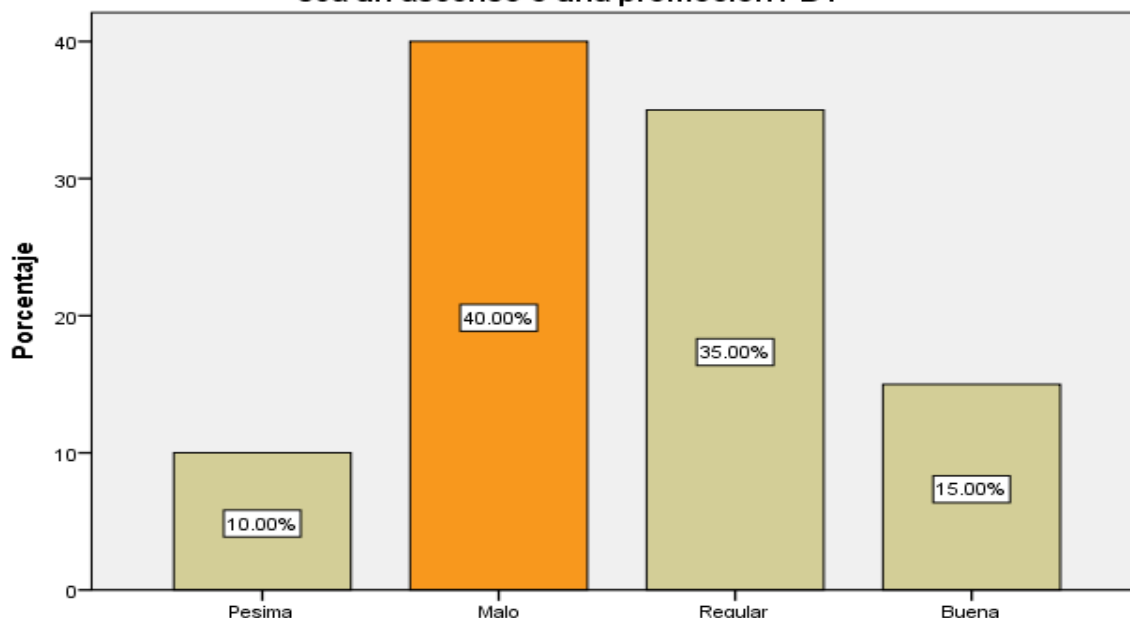
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesima	2	10.0	10.0	10.0
Malo	8	40.0	40.0	50.0
Válidos Regular	7	35.0	35.0	85.0
Buena	3	15.0	15.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 05

¿Su jefe inmediato ayuda a que los trabajadores crezcan profesionalmente, ya sea un ascenso o una promoción? D1



Fuente: Cuadro N° 05

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa que el 40% de los trabajadores encuestados percibe como mala o no percibe la ayuda por parte del jefe hacia los trabajadores para que estos crezcan profesionalmente, mientras que un 15% de los trabajadores lo califica como bueno y que si ayuda a los trabajadores a crecer profesionalmente.

Pregunta N° 06
Cuadro/ Tabla N° 06

¿Considera que el trabajo en equipo funciona o es adecuado dentro del Servicio de Farmacia? D2

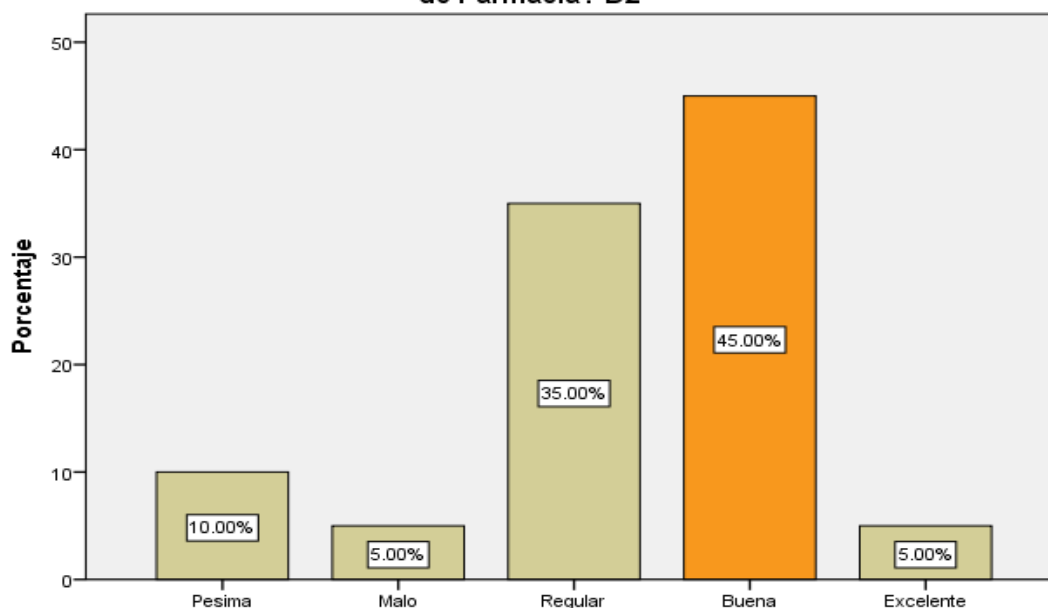
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesima	2	10.0	10.0	10.0
Malo	1	5.0	5.0	15.0
Regular	7	35.0	35.0	50.0
Buena	9	45.0	45.0	95.0
Excelente	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 06

¿Considera que el trabajo en equipo funciona o es adecuado dentro del Servicio de Farmacia? D2



Fuente: Cuadro N° 06

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa que el 45% de los trabajadores encuestados considera como buena el trabajo en equipo y que este funciona adecuadamente en el servicio de farmacia, mientras que un 5% lo considera como malo.

Pregunta N° 07
Cuadro/ Tabla N° 07

¿Se siente comprometido a ayudar en lo que se requiera a sus compañeros de trabajo? D2

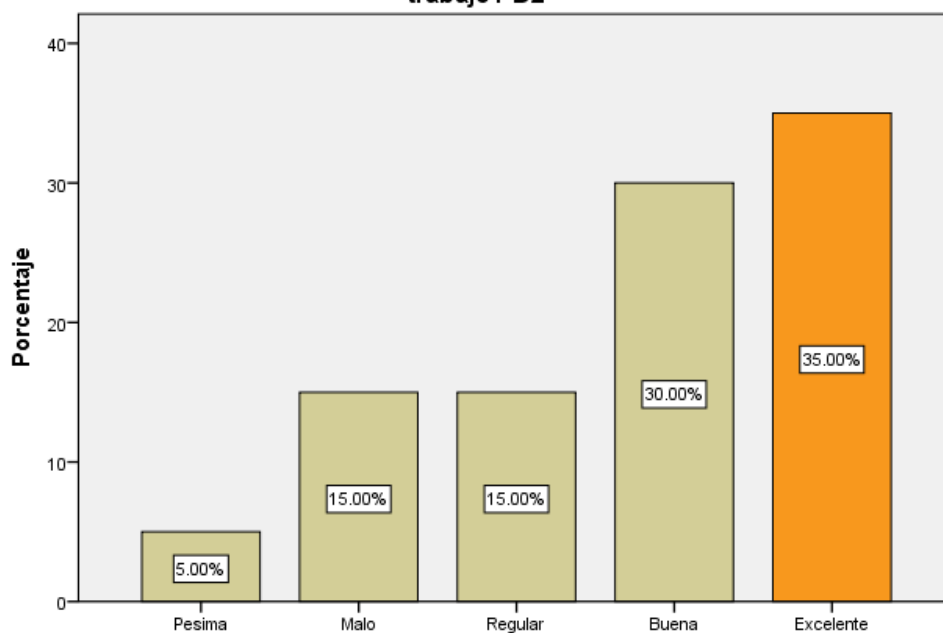
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesima	1	5.0	5.0	5.0
Malo	3	15.0	15.0	20.0
Regular	3	15.0	15.0	35.0
Buena	6	30.0	30.0	65.0
Excelente	7	35.0	35.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 07

¿Se siente comprometido a ayudar en lo que se requiera a sus compañeros de trabajo? D2



Fuente: Cuadro N° 07

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa que el 35% de los trabajadores encuestados lo califica como excelente y se siente comprometido en ayudar a sus compañeros de trabajo, mientras que un 5% lo califica como pésimo y no se sienten comprometidos en ayudar a sus compañeros.

Pregunta N° 08
Cuadro/ Tabla N° 08

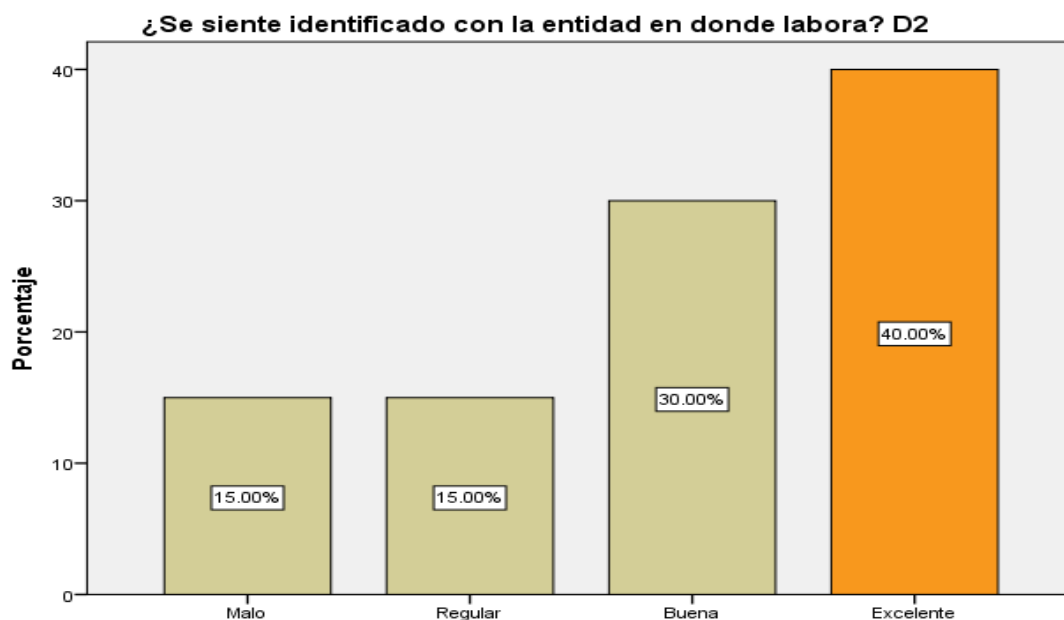
¿Se siente identificado con la entidad en donde labora? D2

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	3	15.0	15.0	15.0
Regular	3	15.0	15.0	30.0
Válidos Buena	6	30.0	30.0	60.0
Excelente	8	40.0	40.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 08



Fuente: Cuadro N° 08

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa que en cuanto a sentirse identificado con la entidad donde labora el 40% de los trabajadores encuestados lo califican como excelente, mientras que un 15% lo considera como malo.

Pregunta N° 09
Cuadro/ Tabla N° 09

¿Siento que soy miembro de un equipo que funciona bien? D2

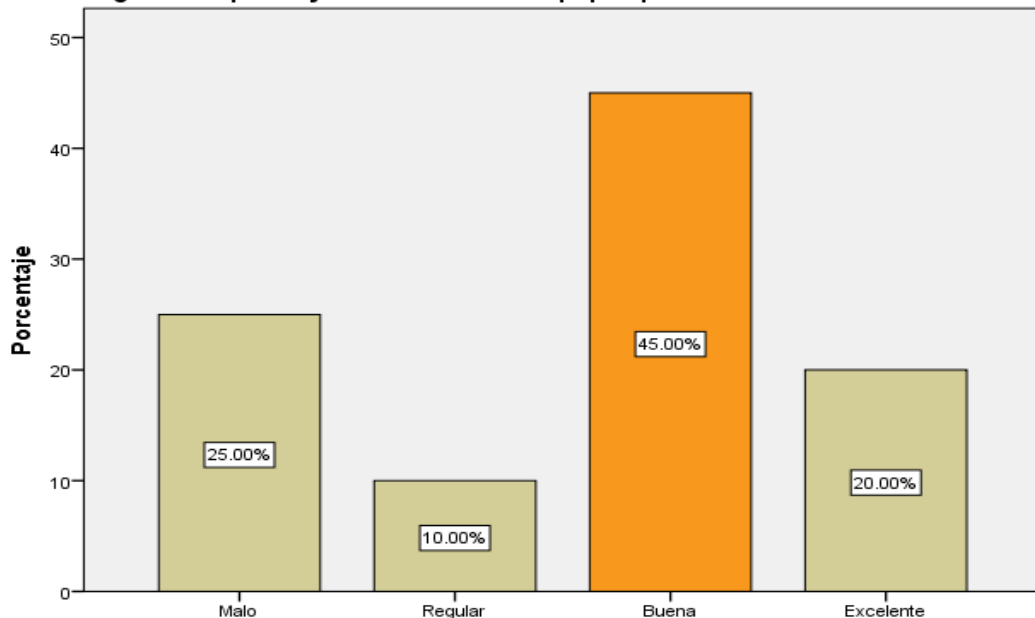
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	5	25.0	25.0	25.0
Regular	2	10.0	10.0	35.0
Válidos Buena	9	45.0	45.0	80.0
Excelente	4	20.0	20.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 09

¿Siento que soy miembro de un equipo que funciona bien? D2



Fuente: Cuadro N° 09

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa que en cuanto a sentirse miembro de un equipo que funciona, el 45% de los trabajadores encuestados lo califican como buena, mientras que un 10% lo considera como regular.

Pregunta N° 10
Cuadro/ Tabla N° 10

**¿Considera que existe un exceso de reglas y trámites administrativos para el
correcto desarrollo de sus labores? D3**

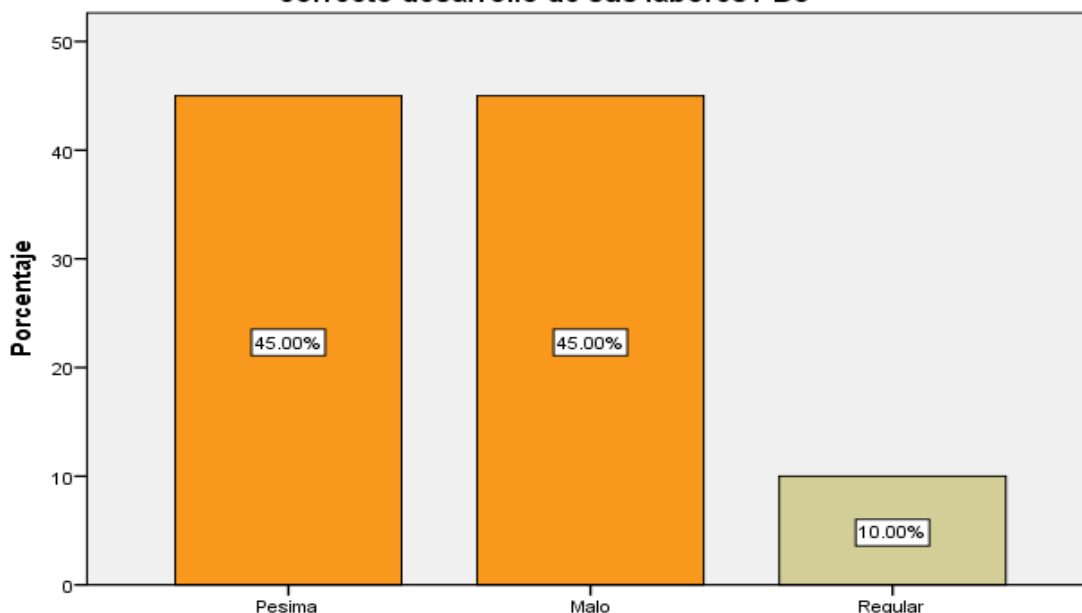
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesima	9	45.0	45.0	45.0
Malo	9	45.0	45.0	90.0
Regular	2	10.0	10.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 10

**¿Considera que existe un exceso de reglas y trámites administrativos para el
correcto desarrollo de sus labores? D3**



Fuente: Cuadro N° 10

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa en cuanto a considerar que existe exceso de reglas y tramites administrativos, el 45% de los trabajadores encuestados lo califican como pésimo, mientras que un 45% lo considera como bueno y un 10% lo calificaron como regular.

Pregunta N° 11
Cuadro/ Tabla N° 11

¿La actitud que tiene su jefe inmediato en el Servicio de Farmacia frente a los colaboradores es la indicada? D3

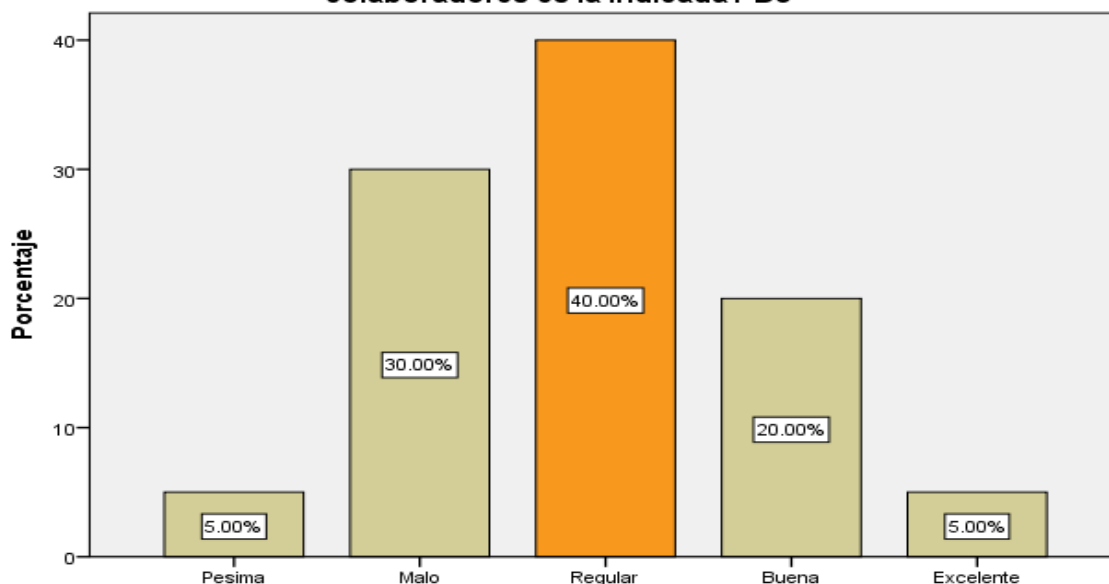
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesima	1	5.0	5.0	5.0
Malo	6	30.0	30.0	35.0
Regular	8	40.0	40.0	75.0
Buena	4	20.0	20.0	95.0
Excelente	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 11

¿La actitud que tiene su jefe inmediato en el Servicio de Farmacia frente a los colaboradores es la indicada? D3



Fuente: Cuadro N° 11

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa que en cuanto a la actitud que tiene su jefe inmediato, el 40% de los trabajadores encuestados lo califican como regular, mientras que un 5% lo considera como pésimo y un 5% lo calificaron como excelente.

Pregunta N° 12
Cuadro/ Tabla N° 12

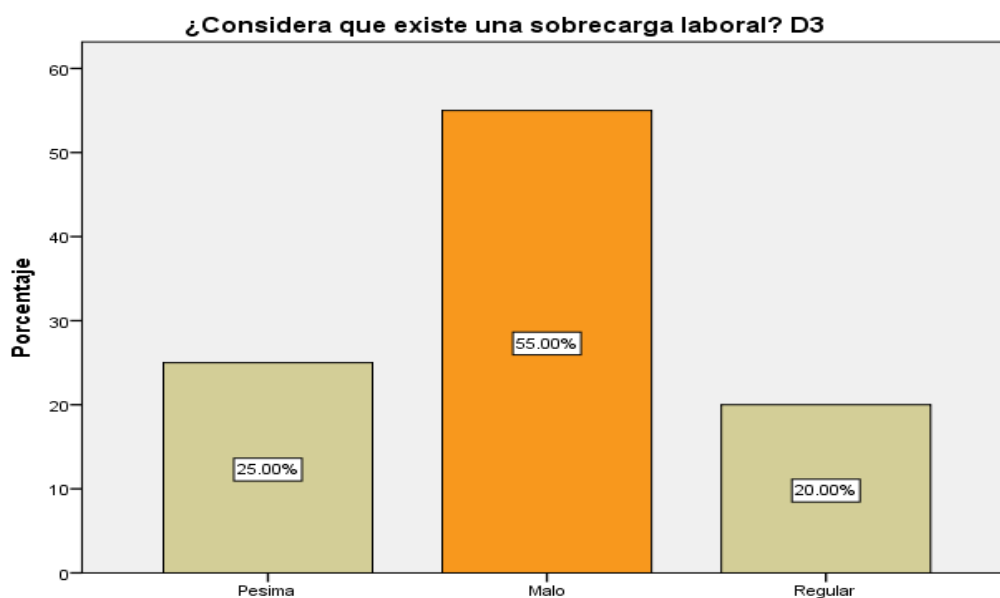
¿Considera que existe una sobrecarga laboral? D3

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Pesima	5	25.0	25.0	25.0
Malo	11	55.0	55.0	80.0
Regular	4	20.0	20.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 12



Fuente: Cuadro N° 12

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa que en cuanto a la sobrecarga laboral, el 55% de los trabajadores encuestados lo califican como malo, mientras que un 20% lo considera como regular.

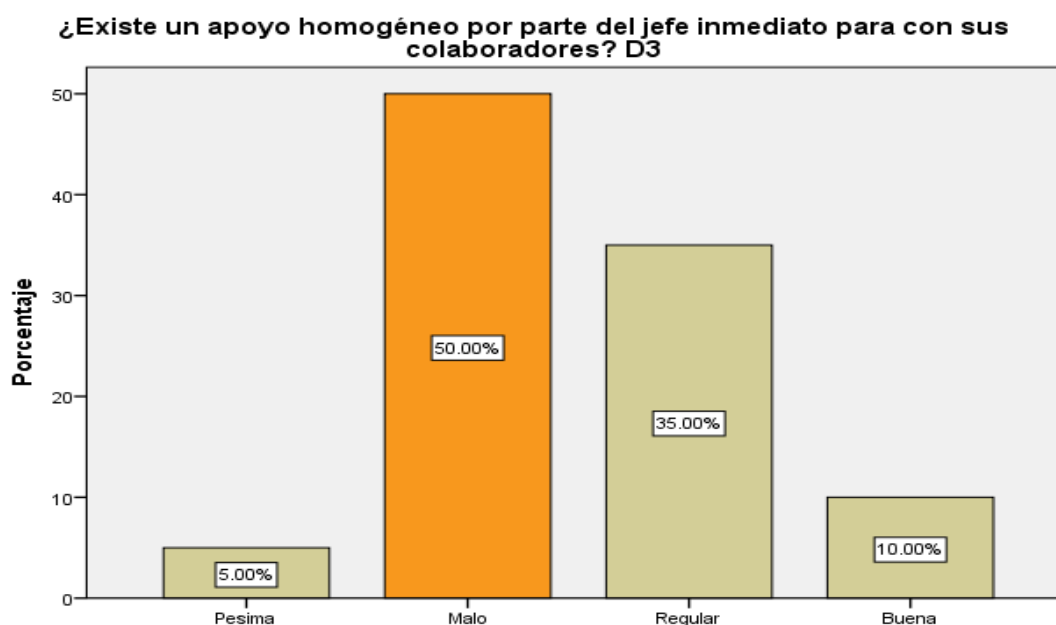
Pregunta N° 13
Cuadro/ Tabla N° 13
¿Existe un apoyo homogéneo por parte del jefe inmediato para con sus colaboradores? D3

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesima	1	5.0	5.0	5.0
Malo	10	50.0	50.0	55.0
Válidos Regular	7	35.0	35.0	90.0
Buena	2	10.0	10.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 13



Fuente: Cuadro N° 13

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa que en cuanto al apoyo que el jefe inmediato para con sus colaboradores, el 50% de los trabajadores encuestados lo califican como malo, mientras que un 5% lo considera como pésima.

Pregunta N° 14
Cuadro/ Tabla N° 14
¿La relación y el trato que tiene Ud. con su jefe inmediato tiende a ser agradable? D4

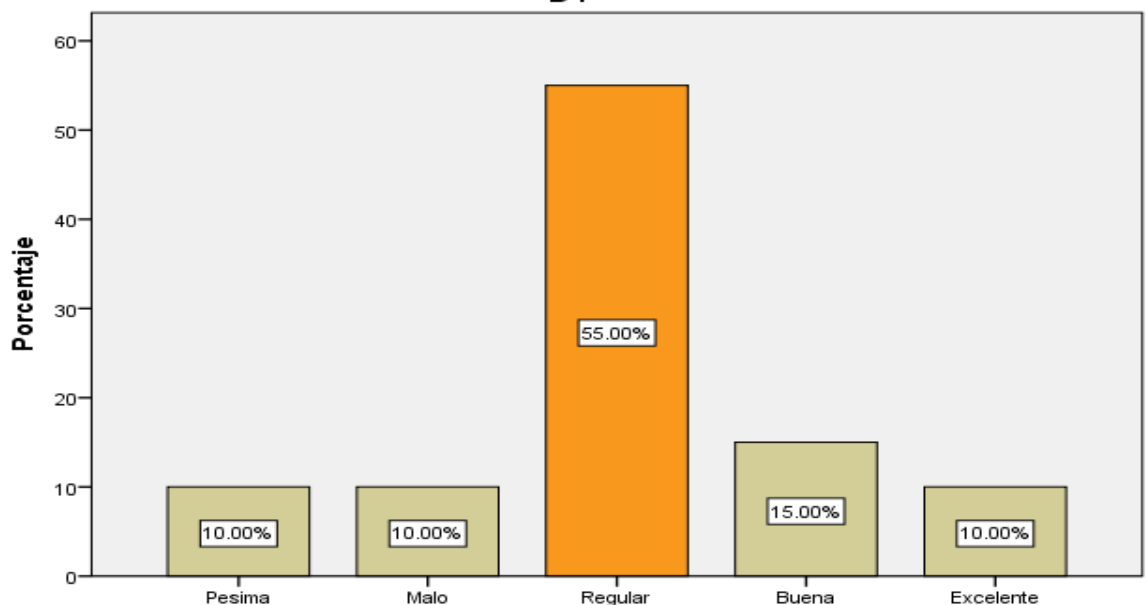
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Pesima	2	10.0	10.0
	Malo	2	10.0	20.0
	Regular	11	55.0	75.0
	Buena	3	15.0	90.0
	Excelente	2	10.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 14

¿La relación y el trato que tiene Ud. con su jefe inmediato tiende a ser agradable?
D4



Fuente: Cuadro N° 05

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa que en cuanto a la relación y trato con el jefe inmediato tiende a ser agradable, el 55% de los trabajadores encuestados lo califican como regular, mientras que un 10% lo considera como pésimo y un 10% lo calificaron como excelente.

Pregunta N° 15
Cuadro/ Tabla N° 15

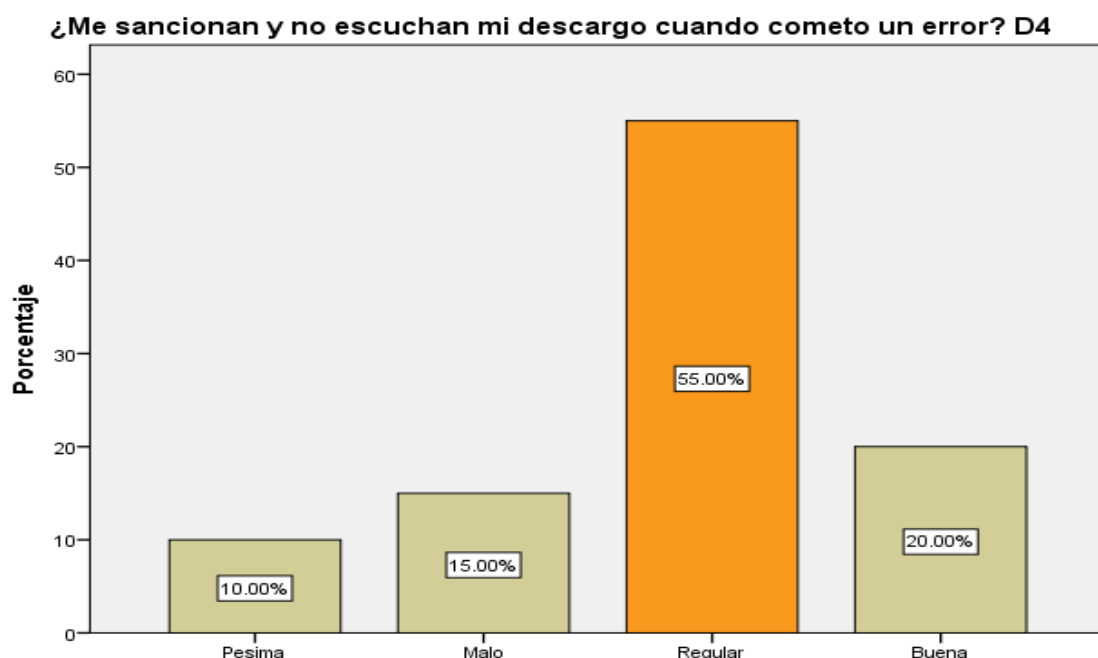
¿Me sancionan y no escuchan mi descargo cuando cometo un error? D4

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesima	2	10.0	10.0	10.0
Malo	3	15.0	15.0	25.0
Válidos Regular	11	55.0	55.0	80.0
Buena	4	20.0	20.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 15



Fuente: Cuadro N° 05

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa que en cuanto a las sanciones y descargos por parte del personal a cometer un error, el 55% de los trabajadores encuestados lo califican como regular, mientras que un 10% lo considera como pésima.

Pregunta N° 16
Cuadro/ Tabla N° 16

¿Siempre puede decir lo que piensa, aunque no esté de acuerdo con su jefe inmediato? D4

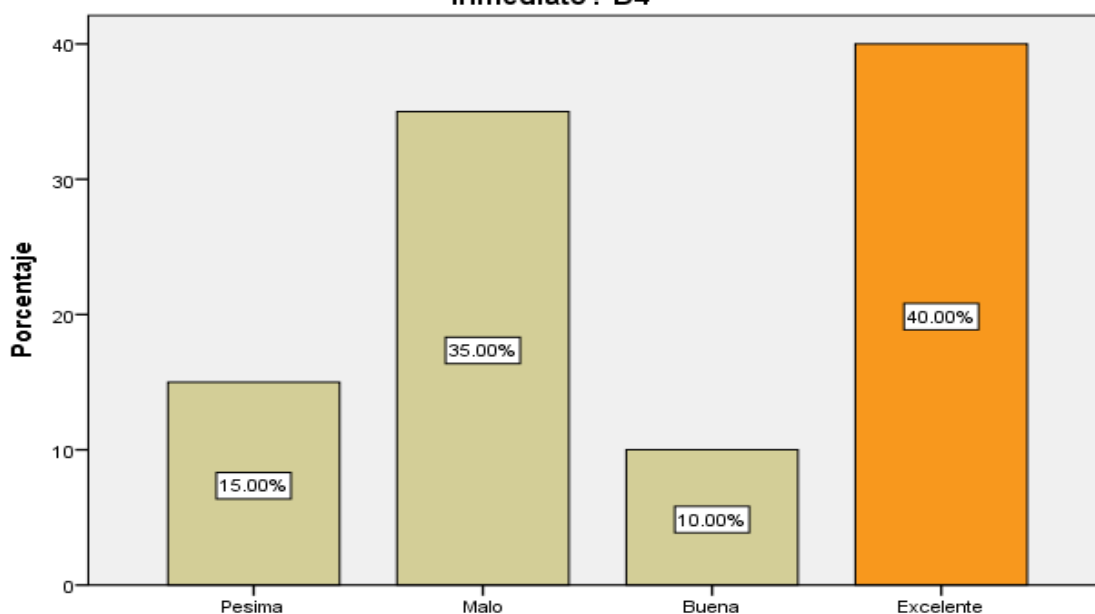
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesima	3	15.0	15.0	15.0
Malo	7	35.0	35.0	50.0
Válidos Buena	2	10.0	10.0	60.0
Excelente	8	40.0	40.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 16

¿Siempre puede decir lo que piensa, aunque no esté de acuerdo con su jefe inmediato? D4



Fuente: Cuadro N° 05

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa que en cuanto a decir lo que piensas, aunque no esté de acuerdo con su jefe inmediato, el 40% de los trabajadores encuestados lo califican como excelente, mientras que un 10% lo califican como buena.

Pregunta N° 17
Cuadro/ Tabla N° 17

¿El servicio de Farmacia se caracteriza por tener un clima de trabajo agradable y sin tensiones? D4

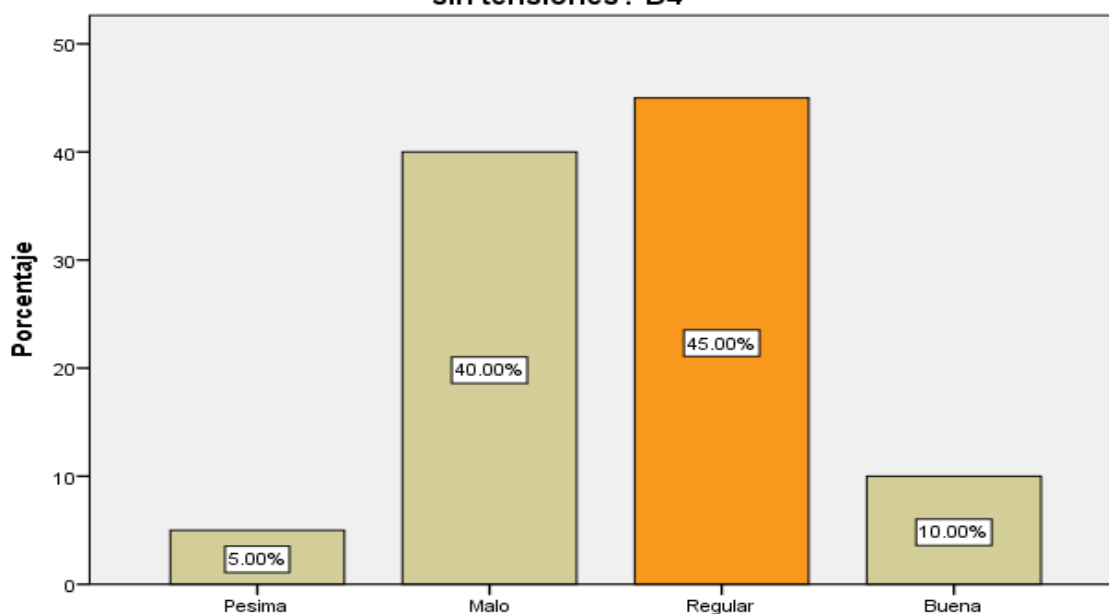
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pésima	1	5.0	5.0	5.0
Malo	8	40.0	40.0	45.0
Válidos Regular	9	45.0	45.0	90.0
Buena	2	10.0	10.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 17

¿El servicio de Farmacia se caracteriza por tener un clima de trabajo agradable y sin tensiones? D4



Fuente: Cuadro N° 05

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa que en cuanto al tener un clima agradable y sin tensiones, el 45% de los trabajadores encuestados lo califican como regular, mientras que un 5% lo califican como pésima.

Pregunta N° 18
Cuadro/ Tabla N° 18

¿La comunicación que se genera dentro del Servicio de Farmacia favorece el logro de los objetivos? D4

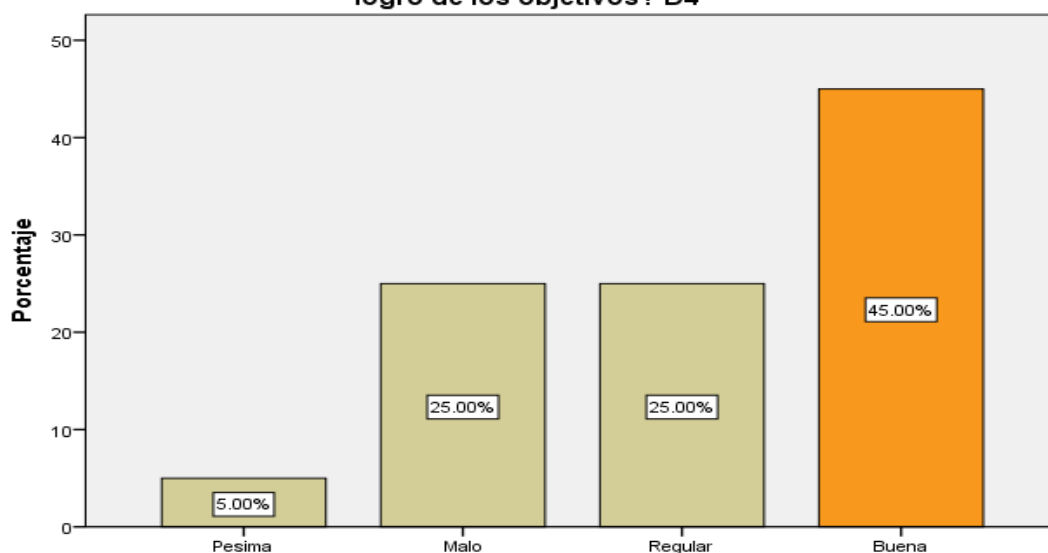
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesima	1	5.0	5.0	5.0
Malo	5	25.0	25.0	30.0
Válidos Regular	5	25.0	25.0	55.0
Buena	9	45.0	45.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 18

¿La comunicación que se genera dentro del Servicio de Farmacia favorece el logro de los objetivos? D4



Fuente: Cuadro N° 05

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa que en cuanto a si la comunicación favorece el logro de los objetivos, el 45% de los trabajadores encuestados lo califican como buena, mientras que un 5% lo califican como pésima.

Pregunta N° 19
Cuadro/ Tabla N° 19

¿Cree usted que, frente a situaciones de conflicto, existe apoyo mutuo y solidaridad por parte de los integrantes del equipo? D4

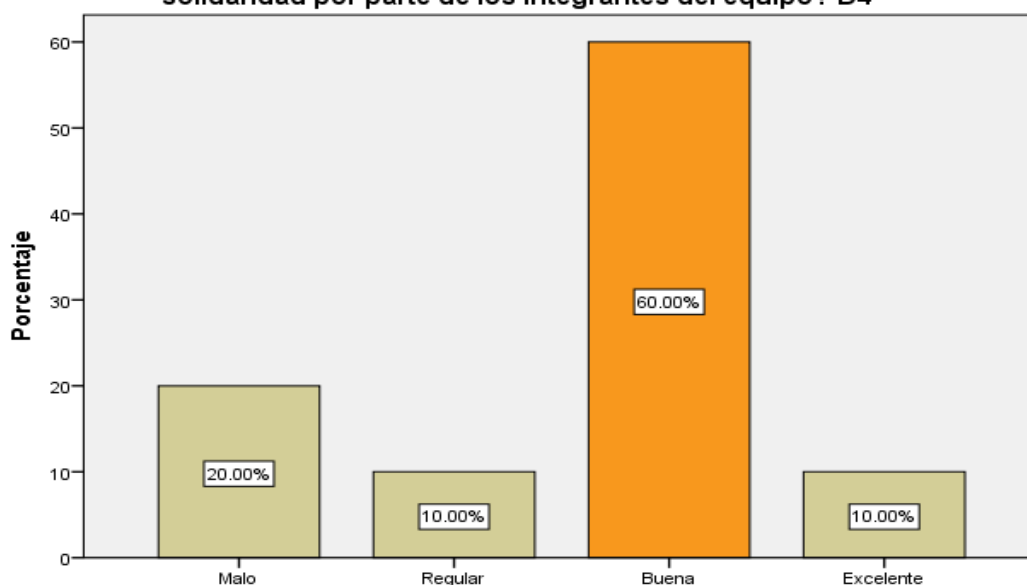
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	4	20.0	20.0	20.0
Regular	2	10.0	10.0	30.0
Válidos Buena	12	60.0	60.0	90.0
Excelente	2	10.0	10.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 19

¿Cree usted que, frente a situaciones de conflicto, existe apoyo mutuo y solidaridad por parte de los integrantes del equipo? D4



Fuente: Cuadro N° 05

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa que en cuanto a si en situaciones de conflicto, existe un apoyo mutuo y solidaridad por parte de sus compañeros, el 60% de los trabajadores encuestados lo califican como buena, mientras que un 10% lo califican como regular.

Pregunta N° 20
Cuadro/ Tabla N° 20

¿Considera adecuado el manejo en la resolución de conflictos por parte del jefe inmediato? D4

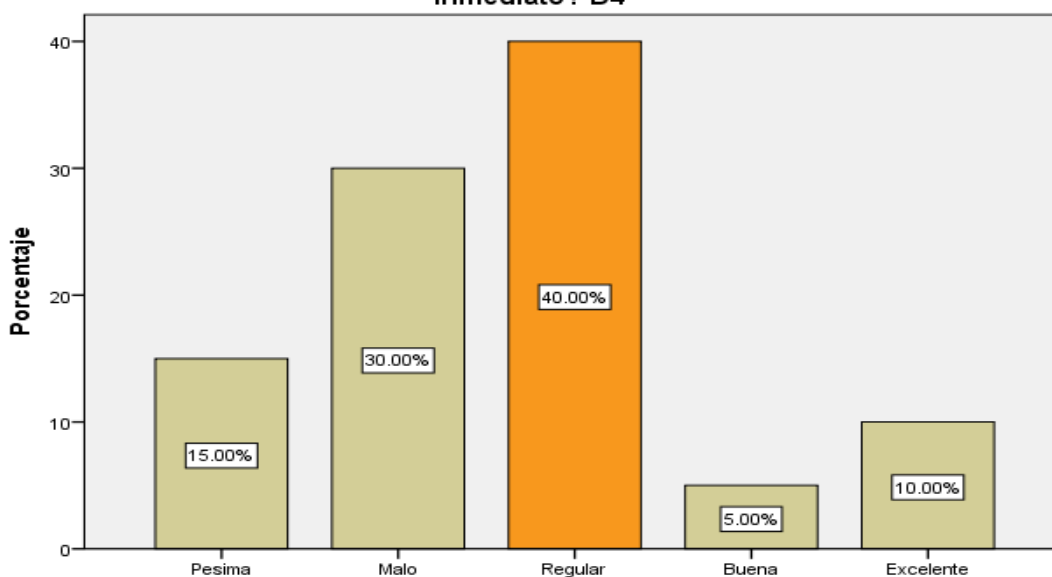
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Pesima	3	15.0	15.0
	Malo	6	30.0	45.0
	Regular	8	40.0	85.0
	Buena	1	5.0	90.0
	Excelente	2	10.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 20

¿Considera adecuado el manejo en la resolución de conflictos por parte del jefe inmediato? D4



Fuente: Cuadro N° 05

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa que en cuanto al manejo adecuado de conflictos por parte del jefe inmediato, el 40% de los trabajadores encuestados lo califican como regular, mientras que un 5% lo califican como buena.

Encuesta realizada a los clientes y/o usuarios

Pregunta N° 01
Cuadro/ Tabla N° 21

¿Los trabajadores del Servicio de Farmacia fueron respetuosos y cordiales al atenderlo? D1

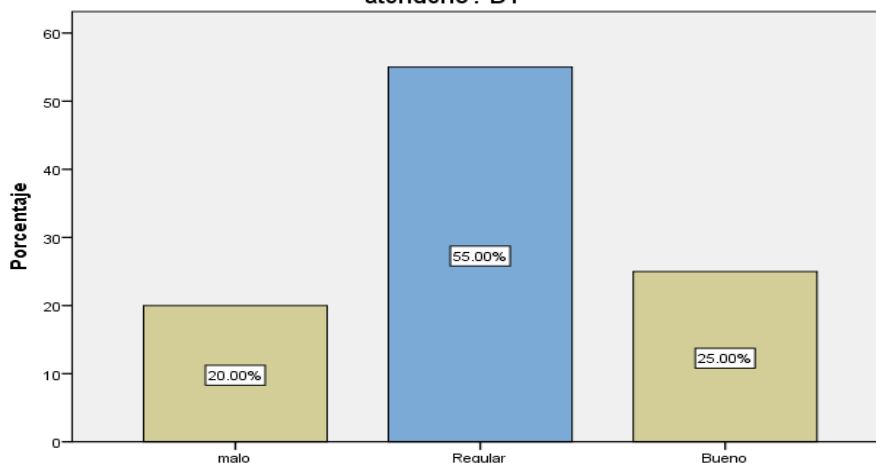
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
malo	4	20.0	20.0	20.0
Regular	11	55.0	55.0	75.0
Bueno	5	25.0	25.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N°21

¿Los trabajadores del Servicio de Farmacia fueron respetuosos y cordiales al atenderlo? D1



Fuente: Cuadro N° 21

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se observa que en cuanto al respeto y cordialidad por parte de los trabajadores del servicio de farmacia, el 55% de los clientes encuestados lo califican como regular, mientras que un 20% lo califican como malo.

Pregunta N° 02
Cuadro/ Tabla N° 22

¿Los trabajadores del Servicio de Farmacia tuvieron consideración al momento de atenderlo? D1

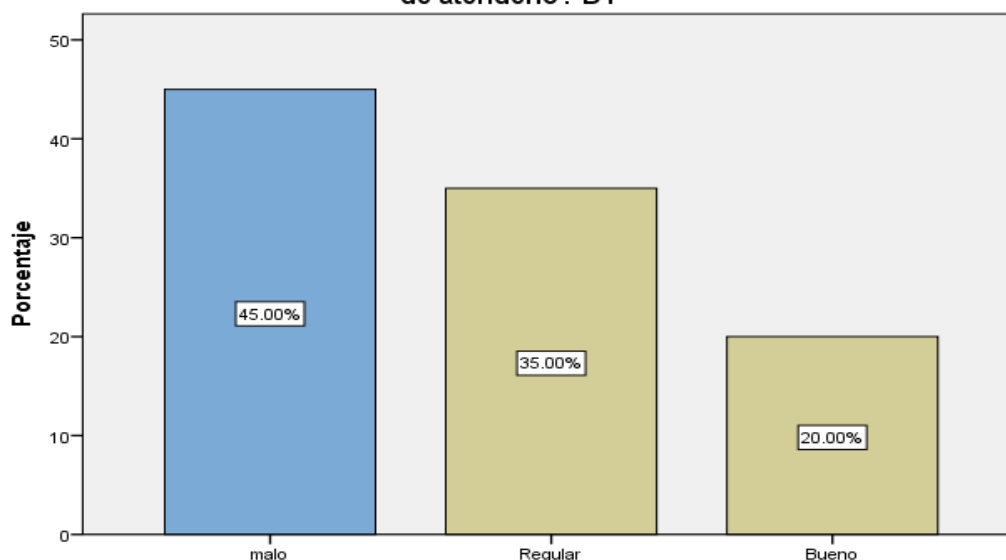
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
malo	9	45.0	45.0	45.0
Regular	7	35.0	35.0	80.0
Bueno	4	20.0	20.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N°22

¿Los trabajadores del Servicio de Farmacia tuvieron consideración al momento de atenderlo? D1



Fuente: Cuadro N° 22

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se obtuvo que en cuanto a la consideración que tuvieron al momento de atenderlo los trabajadores del servicio de farmacia, el 45% de los clientes encuestados lo califican como malo, mientras que un 20% lo califican como bueno.

Pregunta N° 03
Cuadro/ Tabla N° 23

¿Los trabajadores del Servicio de Farmacia fueron amables al momento de atenderlo? D1

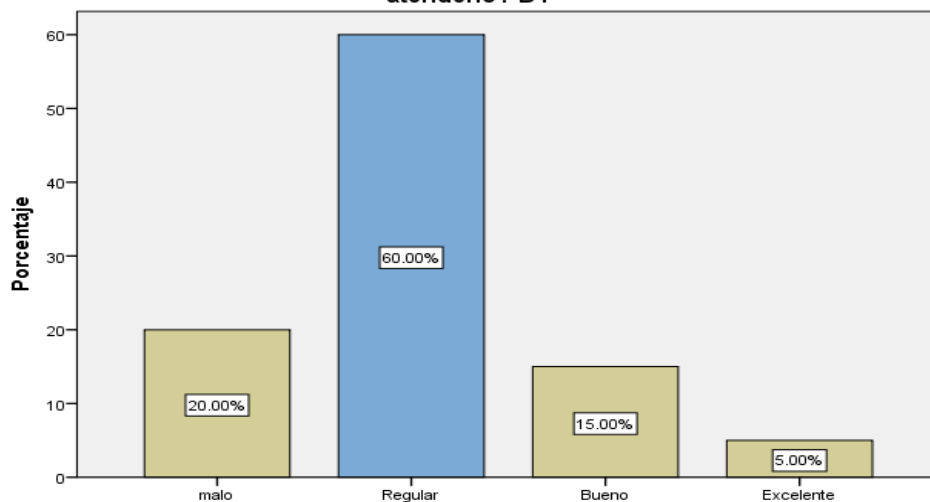
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
malo	4	20.0	20.0	20.0
Regular	12	60.0	60.0	80.0
Válidos Bueno	3	15.0	15.0	95.0
Excelente	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 23

¿Los trabajadores del Servicio de Farmacia fueron amables al momento de atenderlo? D1



Fuente: Cuadro N° 23

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se obtuvo que en cuanto a si fueron amables los trabajadores del servicio de farmacia ala atenderlo, el 60% de los clientes encuestados lo califican como regular, mientras que un 5% lo califican como excelente.

Pregunta N° 04
Cuadro/ Tabla N° 24

¿El comportamiento de los trabajadores le transmite confianza? D1

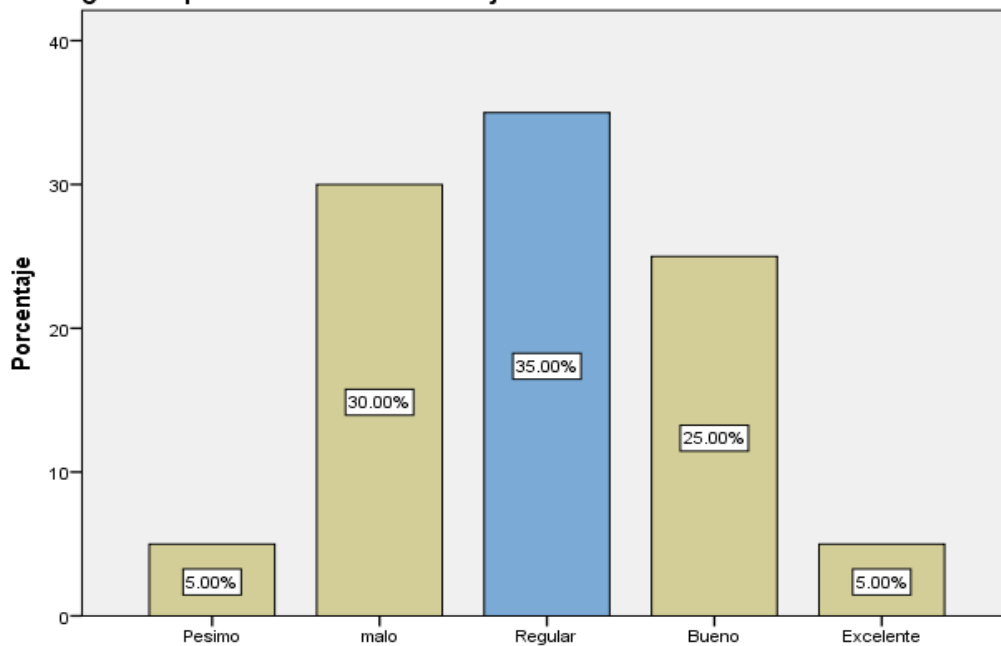
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesimo	1	5.0	5.0	5.0
malo	6	30.0	30.0	35.0
Regular	7	35.0	35.0	70.0
Bueno	5	25.0	25.0	95.0
Excelente	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 24

¿El comportamiento de los trabajadores le transmite confianza? D1



Fuente: Cuadro N° 24

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se obtuvo que en cuanto a si los trabajadores del servicio de farmacia les transmitía confianza, el 35% de los clientes encuestados lo califican como regular, mientras que un 5% lo califican como pésimo y un 5% como excelente.

Pregunta N° 05
Cuadro/ Tabla N° 25

¿Usted como paciente o usuario se siente seguro al realizar sus compras en el servicio de farmacia? D1

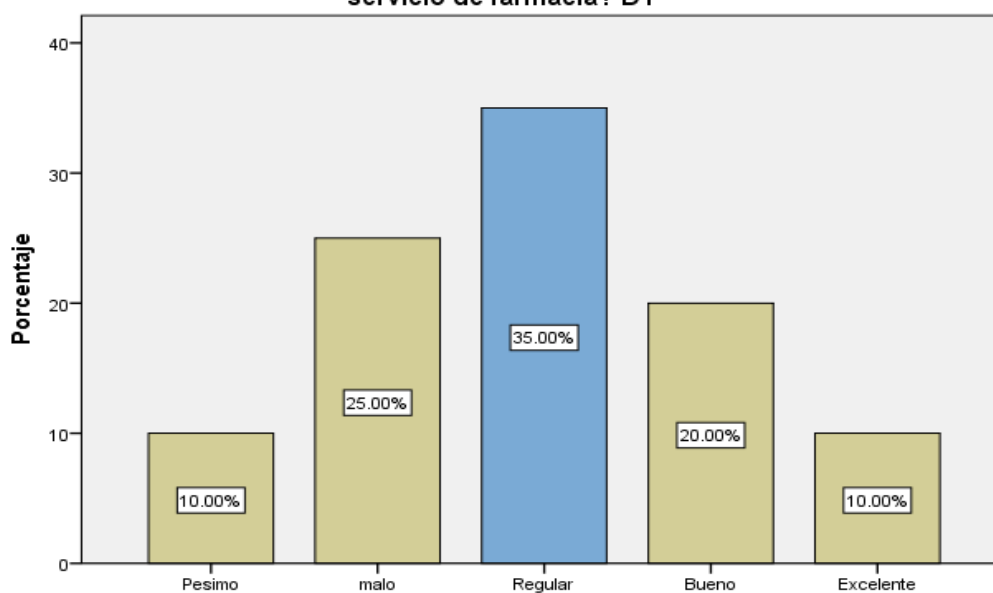
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Pesimo	2	10.0	10.0
	malo	5	25.0	35.0
	Regular	7	35.0	70.0
	Bueno	4	20.0	90.0
	Excelente	2	10.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 25

¿Usted como paciente o usuario se siente seguro al realizar sus compras en el servicio de farmacia? D1



Fuente: Cuadro N° 25

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se obtuvo que en cuanto a sentirse seguro al realizar sus compras en el servicio de farmacia del HRHVM, el 35% de los clientes encuestados lo califican como regular, mientras que un 10% lo califican como pésimo y un 10% como excelente.

Pregunta N° 06
Cuadro/ Tabla N° 26

¿Los trabajadores del Servicio de Farmacia se toman el tiempo para responder sus consultas y dudas? D2

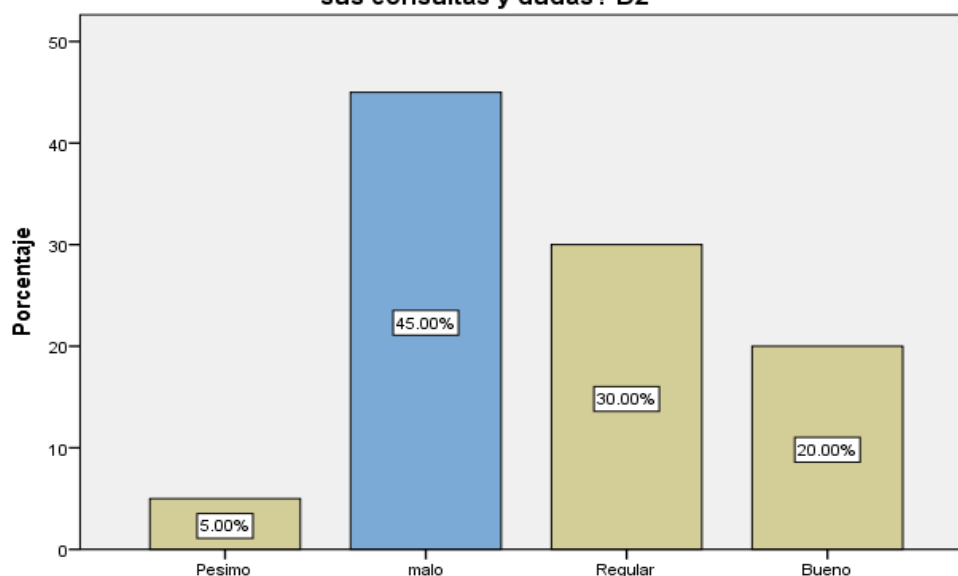
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesimo	1	5.0	5.0	5.0
malo	9	45.0	45.0	50.0
Válidos Regular	6	30.0	30.0	80.0
Bueno	4	20.0	20.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N°26

¿Los trabajadores del Servicio de Farmacia se toman el tiempo para responder sus consultas y dudas? D2



Fuente: Cuadro N° 26

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se obtuvo que en cuanto a si los trabajadores de servicio de farmacia se toman el tiempo para responder sus consultas y dudas, el 45% de los clientes encuestados lo califican como malo, mientras que un 5% lo califican como pésimo.

Pregunta N° 07
Cuadro/ Tabla N° 27

¿El personal del Servicio de Farmacia del HRHVM, ofrece un servicio rápido a sus pacientes o usuarios? D2

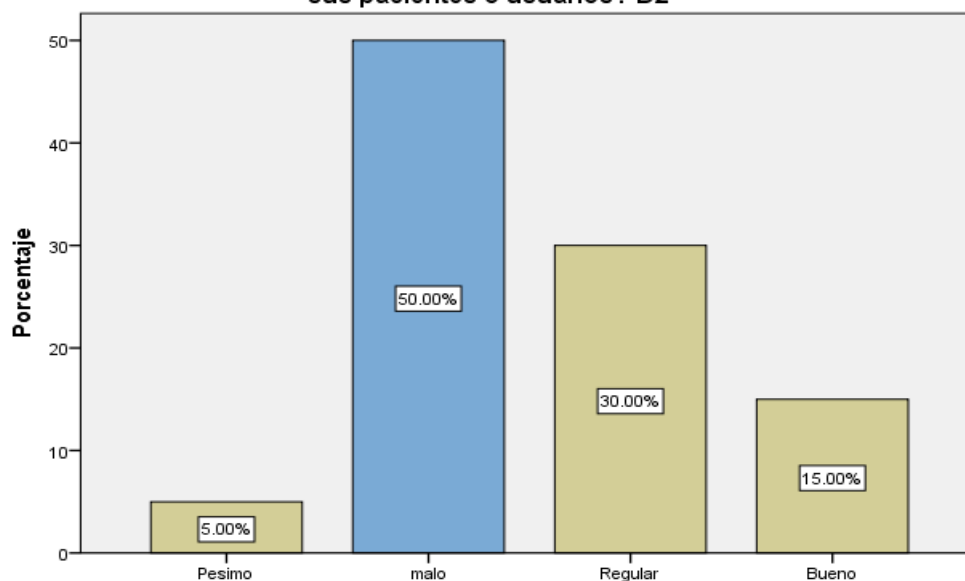
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesimo	1	5.0	5.0	5.0
malo	10	50.0	50.0	55.0
Válidos Regular	6	30.0	30.0	85.0
Bueno	3	15.0	15.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 27

¿El personal del Servicio de Farmacia del HRHVM, ofrece un servicio rápido a sus pacientes o usuarios? D2



Fuente: Cuadro N° 27

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se obtuvo que en cuanto a si el servicio de farmacia ofrece un servicio rápido a sus pacientes, el 50% de los clientes encuestados lo califican como malo, mientras que un 5% lo califican como pésimo.

Pregunta N° 08
Cuadro/ Tabla N° 28

¿Está satisfecho con la atención que brindada en el Servicio de Farmacia? D2

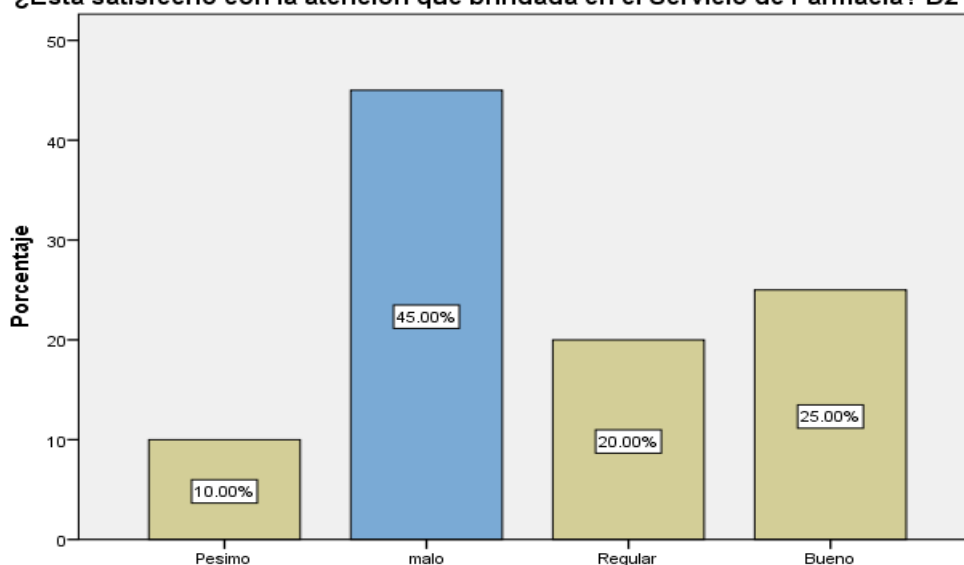
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesimo	2	10.0	10.0	10.0
malo	9	45.0	45.0	55.0
Válidos Regular	4	20.0	20.0	75.0
Bueno	5	25.0	25.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N°28

¿Está satisfecho con la atención que brindada en el Servicio de Farmacia? D2



Fuente: Cuadro N° 28

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se obtuvo que en cuanto a estar satisfecho con la atención que recibió en el servicio de farmacia, el 45% de los clientes encuestados lo califican como malo, mientras que un 10% lo califican como pésimo.

Pregunta N°09
Cuadro/ Tabla N° 29

¿Considera que el personal tiene conocimientos suficientes para responder sus preguntas? D2

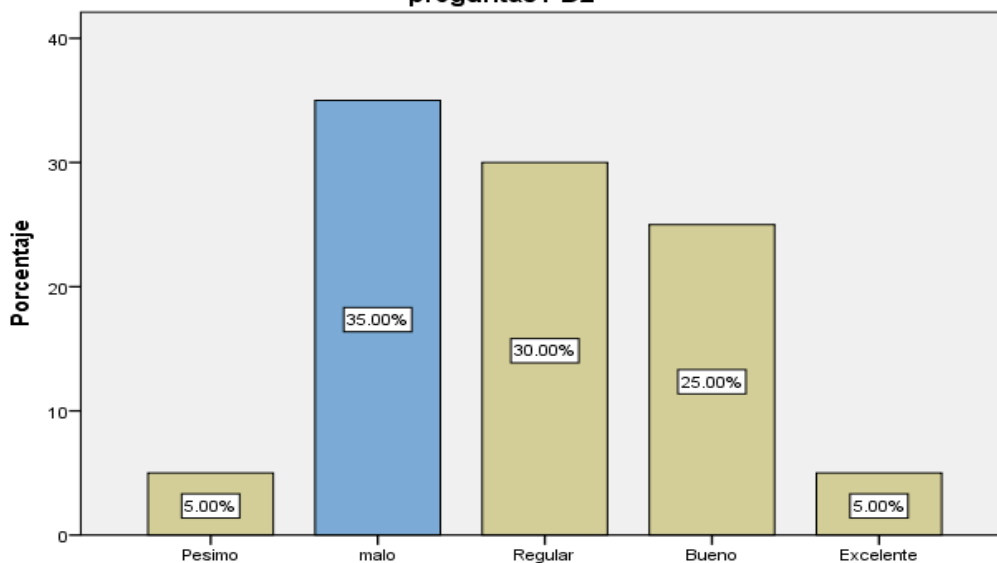
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Pesimo	1	5.0	5.0
	malo	7	35.0	40.0
	Regular	6	30.0	70.0
	Bueno	5	25.0	95.0
	Excelente	1	5.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 29

¿Considera que el personal tiene conocimientos suficientes para responder sus preguntas? D2



Fuente: Cuadro N° 29

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se obtuvo que en cuanto a si considera que el personal del servicio de farmacia tiene conocimientos suficientes, el 35% de los clientes encuestados lo califican como malo, mientras que un 5% lo califican como pésimo y un 5% lo califican como excelente.

Pregunta N° 10
Cuadro/ Tabla N° 30

¿El personal del Servicio de Farmacia del HRHVM, ofrece una atención oportuna a sus pacientes o usuarios? D2

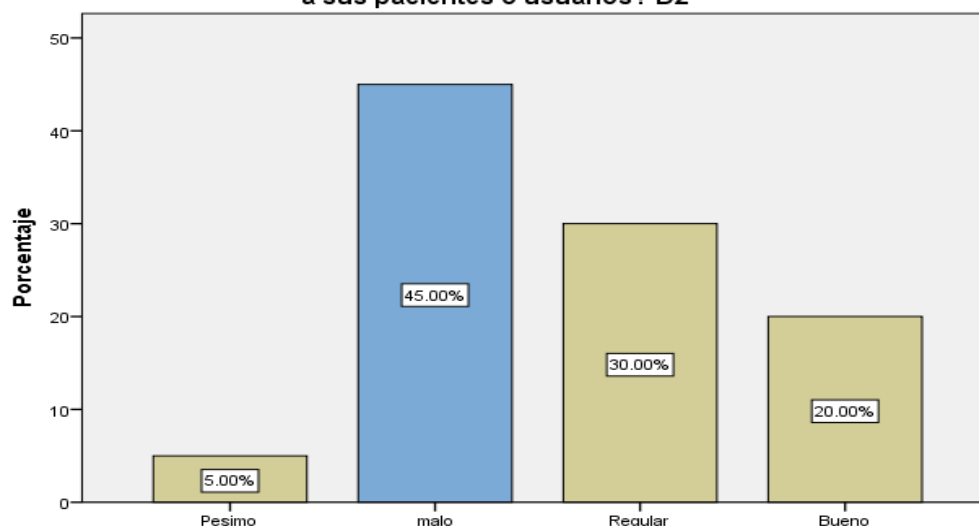
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesimo	1	5.0	5.0	5.0
malo	9	45.0	45.0	50.0
Válidos Regular	6	30.0	30.0	80.0
Bueno	4	20.0	20.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N°30

¿El personal del Servicio de Farmacia del HRHVM, ofrece una atención oportuna a sus pacientes o usuarios? D2



Fuente: Cuadro N° 30

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se obtuvo que en cuanto a si el personal del servicio de farmacia ofrece una atención oportuna a los clientes, el 45% de los clientes encuestados lo califican como malo, mientras que un 5% lo califican como pésimo.

Pregunta N° 11
Cuadro/ Tabla N° 31

¿El Servicio de Farmacia del HRHVM, realiza bien el servicio farmacéutico la primera vez? D2

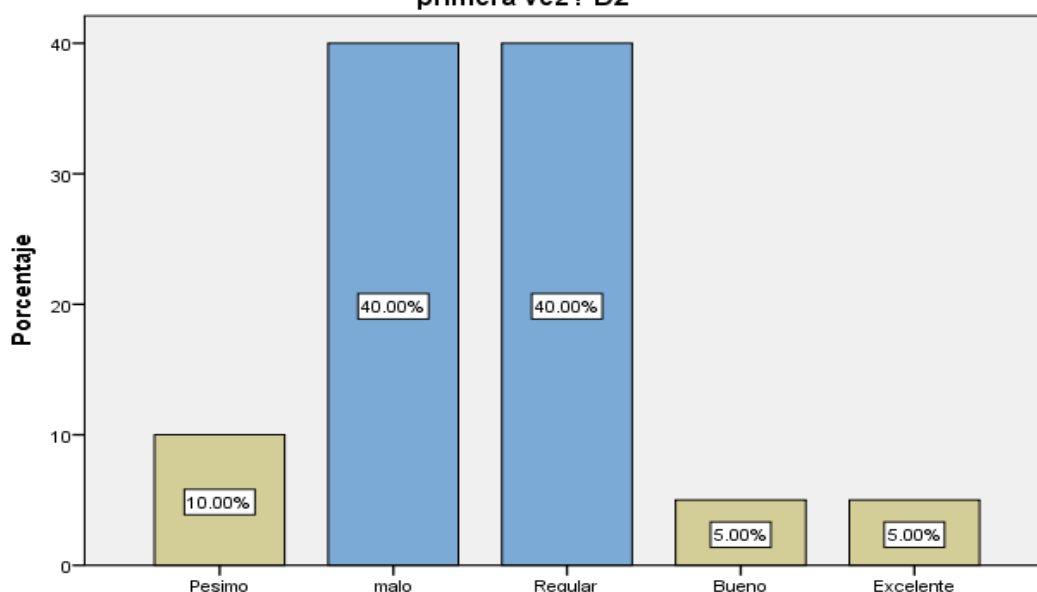
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesimo	2	10.0	10.0	10.0
malo	8	40.0	40.0	50.0
Regular	8	40.0	40.0	90.0
Bueno	1	5.0	5.0	95.0
Excelente	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N°31

¿El Servicio de Farmacia del HRHVM, realiza bien el servicio farmacéutico la primera vez? D2



Fuente: Cuadro N° 31

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se obtuvo que en cuanto a si el servicio de farmacia realiza bien el servicio farmacéutico la primera vez, el 40% de los clientes encuestados lo califican como malo, mientras que también un 40% lo considera regular y un 5% lo califican como excelente.

Pregunta N° 12
Cuadro/ Tabla N° 32

¿Ante un problema, los trabajadores muestran sincero interés en solucionarlo? D3

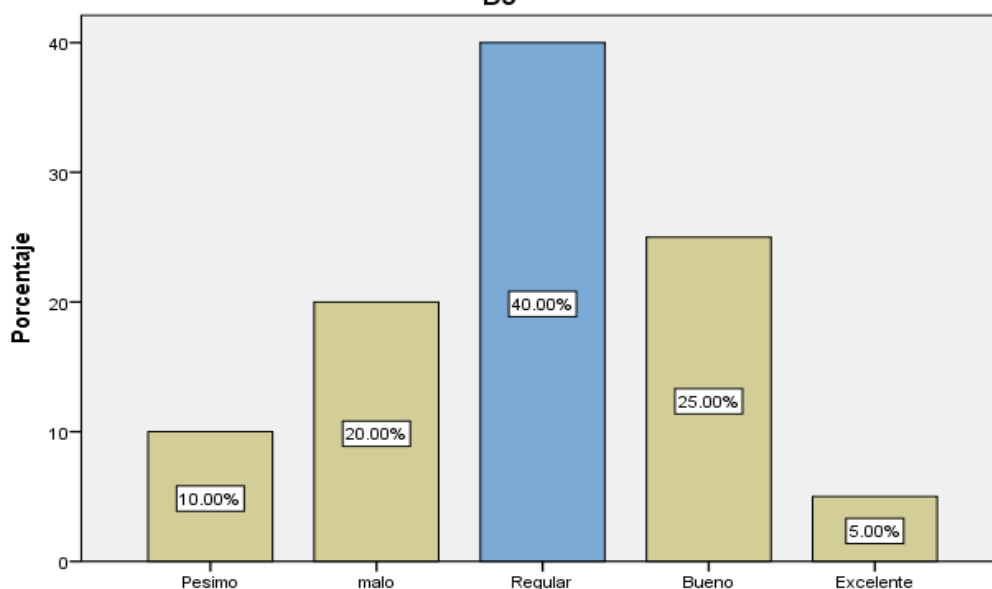
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesimo	2	10.0	10.0	10.0
malo	4	20.0	20.0	30.0
Regular	8	40.0	40.0	70.0
Bueno	5	25.0	25.0	95.0
Excelente	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N°32

¿Ante un problema, los trabajadores muestran sincero interés en solucionarlo?
D3



Fuente: Cuadro N° 32

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se obtuvo que en cuanto a si los trabajadores muestran sincero interés en solucionar un problema, el 40% de los clientes encuestados lo califican como regular, mientras que un 5% lo califican como excelente.

Pregunta N° 13
Cuadro/ Tabla N° 33

¿El personal de Farmacia comprende las necesidades de los pacientes o usuarios? D3

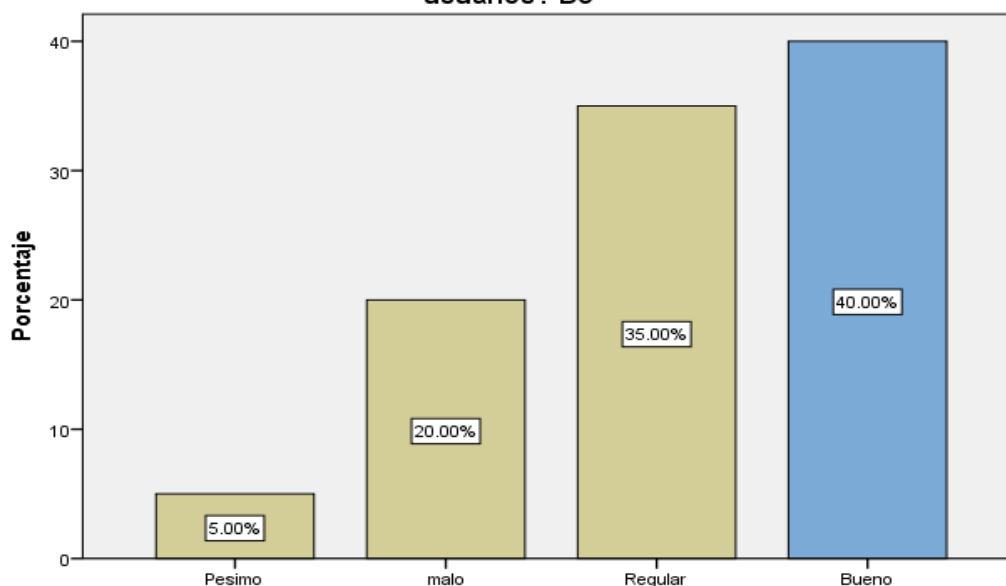
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesimo	1	5.0	5.0	5.0
malo	4	20.0	20.0	25.0
Válidos Regular	7	35.0	35.0	60.0
Bueno	8	40.0	40.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N°33

¿El personal de Farmacia comprende las necesidades de los pacientes o usuarios? D3



Fuente: Cuadro N° 33

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se obtuvo que en cuanto a si el personal de farmacia comprende las necesidades de los clientes, el 40% de los clientes encuestados lo califican como bueno, mientras que un 5% lo califican como pésimo.

Pregunta N° 14
Cuadro/ Tabla N° 34

¿El personal del Servicio de Farmacia del HRHVM, informa con precisión a los pacientes o usuarios cuando concluirá cada servicio? D3

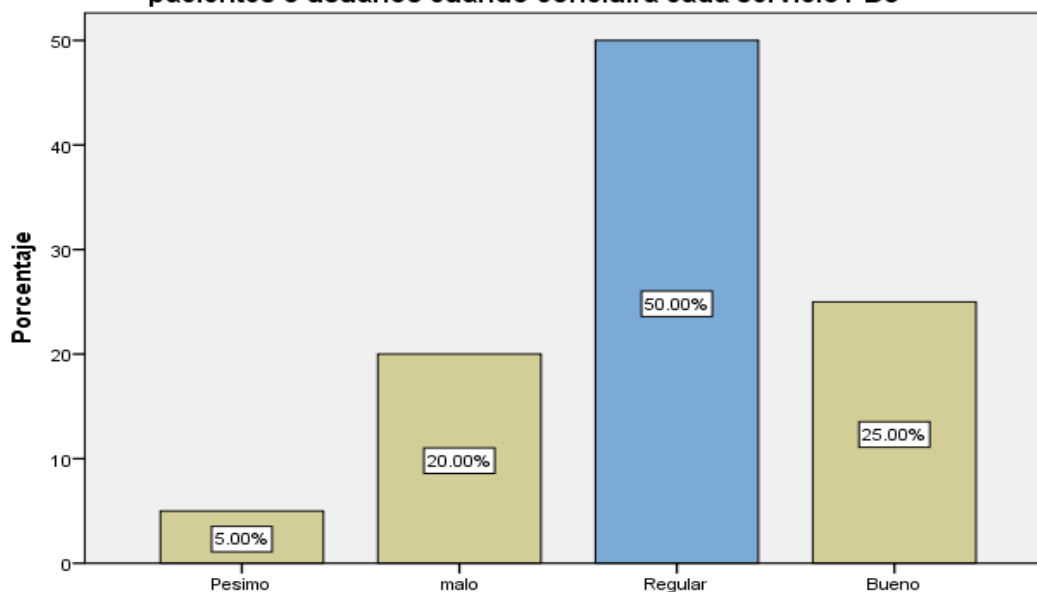
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesimo	1	5.0	5.0	5.0
malo	4	20.0	20.0	25.0
Válidos Regular	10	50.0	50.0	75.0
Bueno	5	25.0	25.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N°34

¿El personal del Servicio de Farmacia del HRHVM, informa con precisión a los pacientes o usuarios cuando concluirá cada servicio? D3



Fuente: Cuadro N° 34

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se obtuvo que en cuanto a si el personal de farmacia informa a los clientes cuando concluirá cada servicio, el 50% de los clientes encuestados lo califican como regular, mientras que un 5% lo califican como pésimo.

Pregunta N° 15
Cuadro/ Tabla N° 35

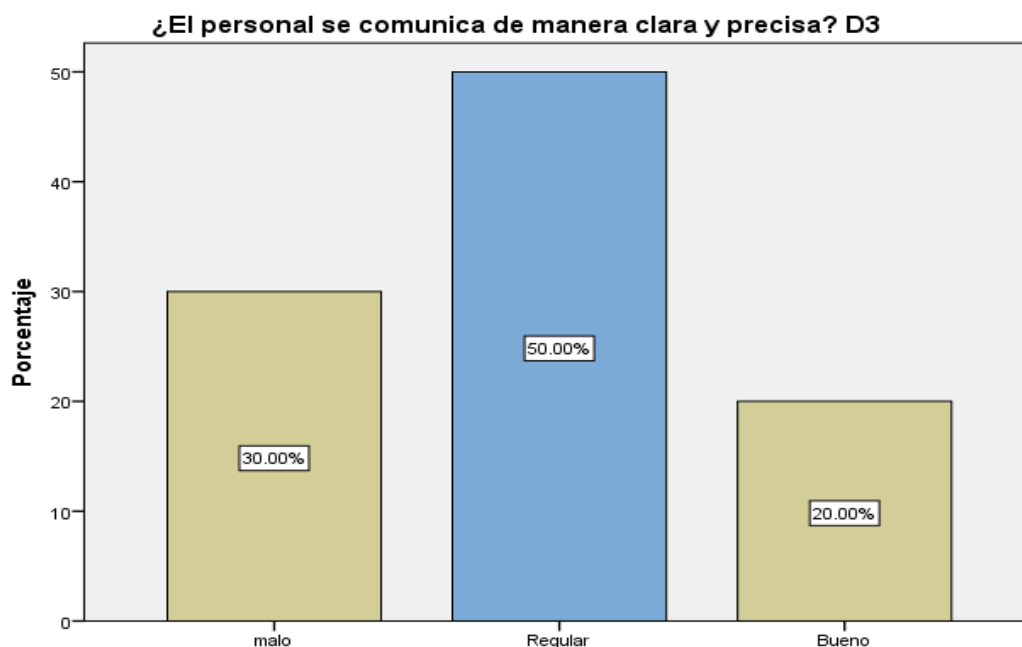
¿El personal se comunica de manera clara y precisa? D3

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
malo	6	30.0	30.0	30.0
Regular	10	50.0	50.0	80.0
Bueno	4	20.0	20.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N°35



Fuente: Cuadro N° 35

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se obtuvo que en cuanto a si el personal se comunica de manera clara y precisa, el 50% de los clientes encuestados lo califican como regular, mientras que un 20% lo califican como bueno.

Pregunta N° 16
Cuadro/ Tabla N° 36

¿No tienen problemas en brindarle la información que requiere? D3

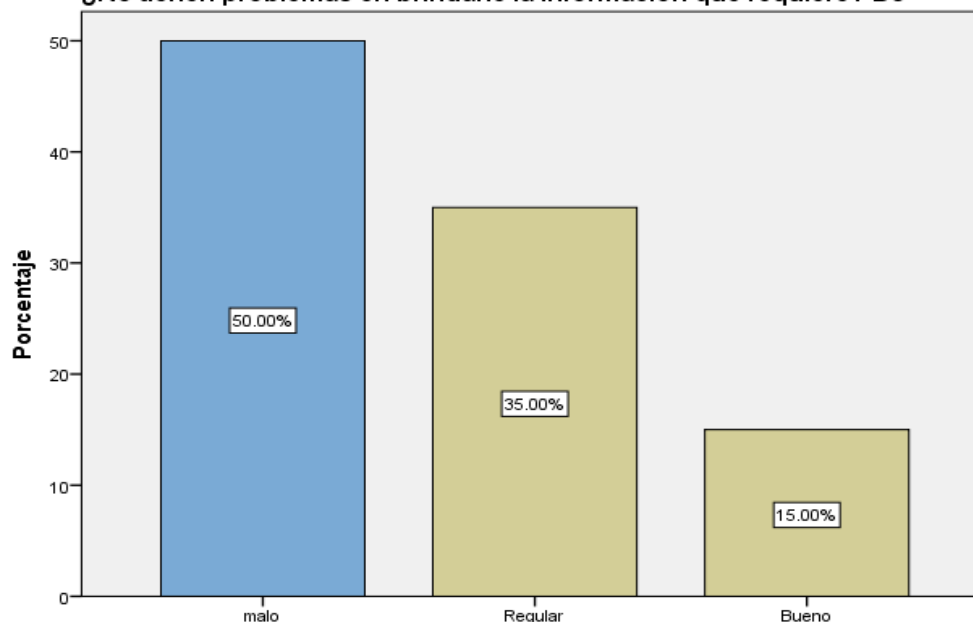
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
malo	10	50.0	50.0	50.0
Regular	7	35.0	35.0	85.0
Bueno	3	15.0	15.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 36

¿No tienen problemas en brindarle la información que requiere? D3



Fuente: Cuadro N° 36

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se obtuvo que en cuanto a si el personal de farmacia no tiene problemas en brindarle información que requiere, el 50% de los clientes encuestados lo califican como malo, mientras que un 15% lo califican como bueno.

Pregunta N° 17
Cuadro/ Tabla N° 37

¿Considera que la información que recibe es correcta y completa? D3

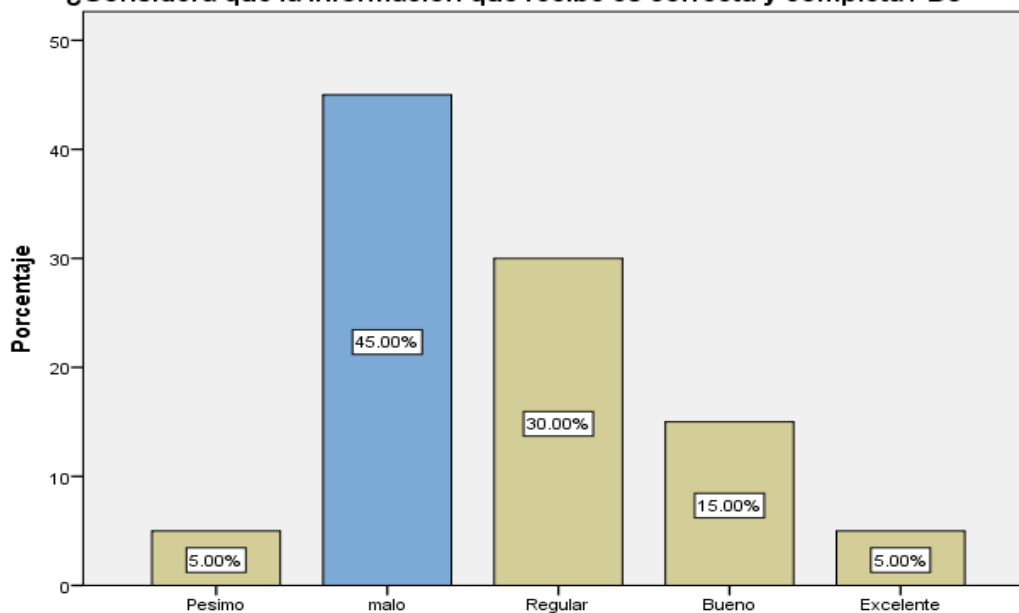
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pesimo	1	5.0	5.0	5.0
malo	9	45.0	45.0	50.0
Regular	6	30.0	30.0	80.0
Bueno	3	15.0	15.0	95.0
Excelente	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 37

¿Considera que la información que recibe es correcta y completa? D3



Fuente: Cuadro N° 37

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se obtuvo que en cuanto a si considera que la información que recibe es correcta y completa, el 45% de los clientes encuestados lo califican como malo, mientras que un 5% lo califican como pésimo y un 5% lo considera excelente.

Pregunta N° 18
Cuadro/ Tabla N° 38

¿Los trabajadores del Servicio de Farmacia del HRHVM, Tienen un trato equitativo con todos sus pacientes o usuarios? D4

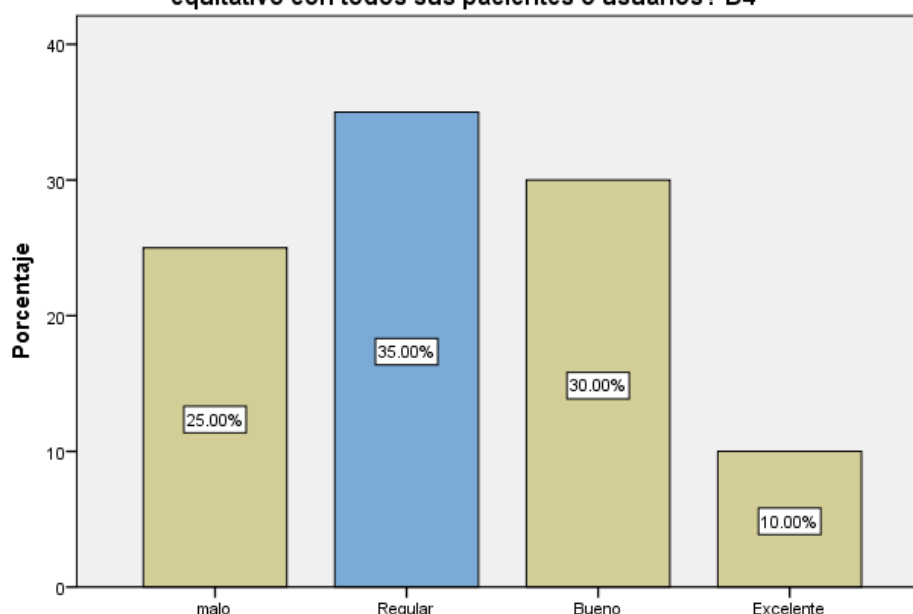
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
malo	5	25.0	25.0	25.0
Regular	7	35.0	35.0	60.0
Válidos Bueno	6	30.0	30.0	90.0
Excelente	2	10.0	10.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 38

¿Los trabajadores del Servicio de Farmacia del HRHVM, Tienen un trato equitativo con todos sus pacientes o usuarios? D4



Fuente: Cuadro N° 38

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se obtuvo que en cuanto a si los trabajadores del servicio de farmacia tienen un trato equitativo, el 35% de los clientes encuestados lo califican como regular, mientras que un 10% lo califican como excelente.

Pregunta N° 19
Cuadro/ Tabla N° 39

¿Los trabajadores brindan una atención personalizada? D4

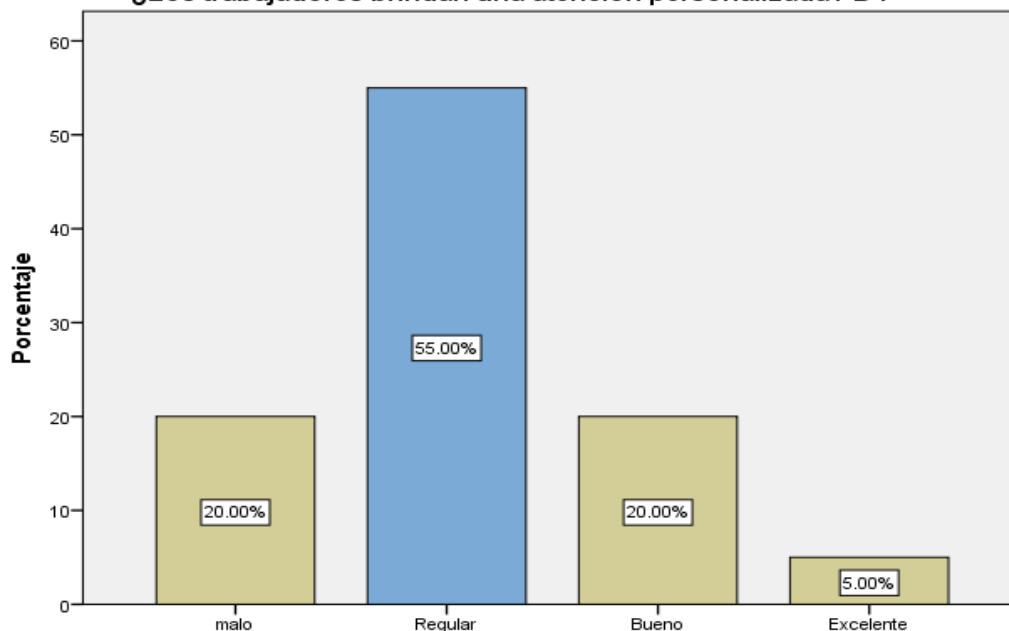
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
malo	4	20.0	20.0	20.0
Regular	11	55.0	55.0	75.0
Válidos Bueno	4	20.0	20.0	95.0
Excelente	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 39

¿Los trabajadores brindan una atención personalizada? D4



Fuente: Cuadro N° 39

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se obtuvo que en cuanto a si los trabajadores brindan una atención personalizada, el 55% de los clientes encuestados lo califican como regular, mientras que un 5% lo califican como excelente.

Pregunta N° 20
Cuadro/ Tabla N° 40

¿Los trabajadores del Servicio de Farmacia tienden a discriminar a los pacientes o usuarios? D4

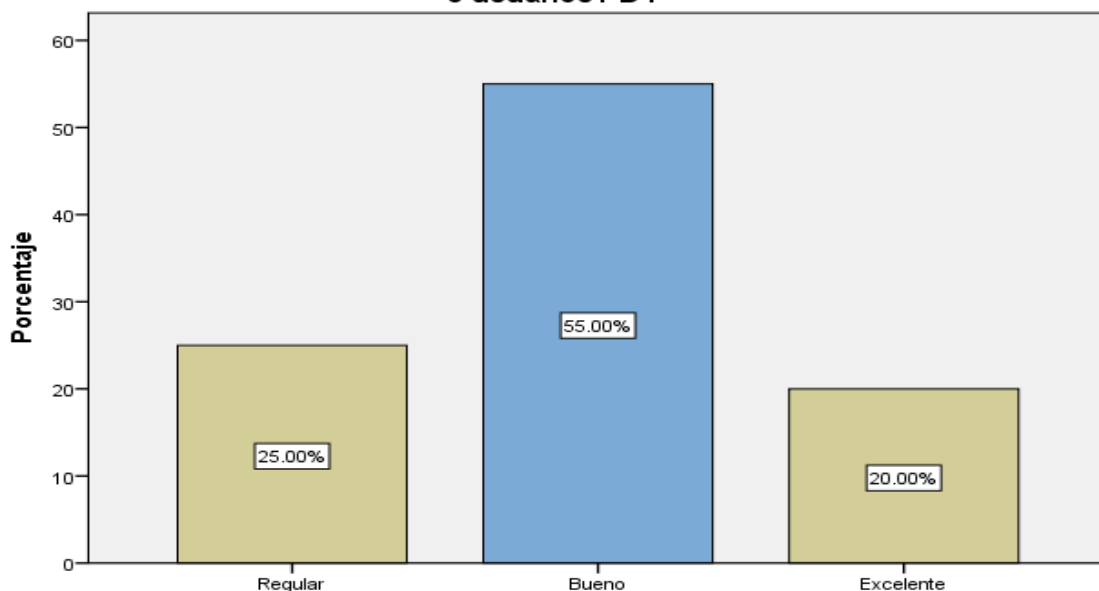
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	5	25.0	25.0	25.0
Bueno	11	55.0	55.0	80.0
Excelente	4	20.0	20.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N°40

¿Los trabajadores del Servicio de Farmacia tienden a discriminar a los pacientes o usuarios? D4



Fuente: Cuadro N° 40

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Analizando la información de la tabla y el grafico se obtuvo que en cuanto a si los trabajadores del servicio de farmacia tienden a discriminar a los clientes, el 55% de los clientes encuestados lo califican como bueno, mientras que un 20% lo califican como excelente.

4.1.2. Procesamiento de datos por variable

Variable N° 01
Cuadro/ Tabla N° 41

CLIMA_LABORAL

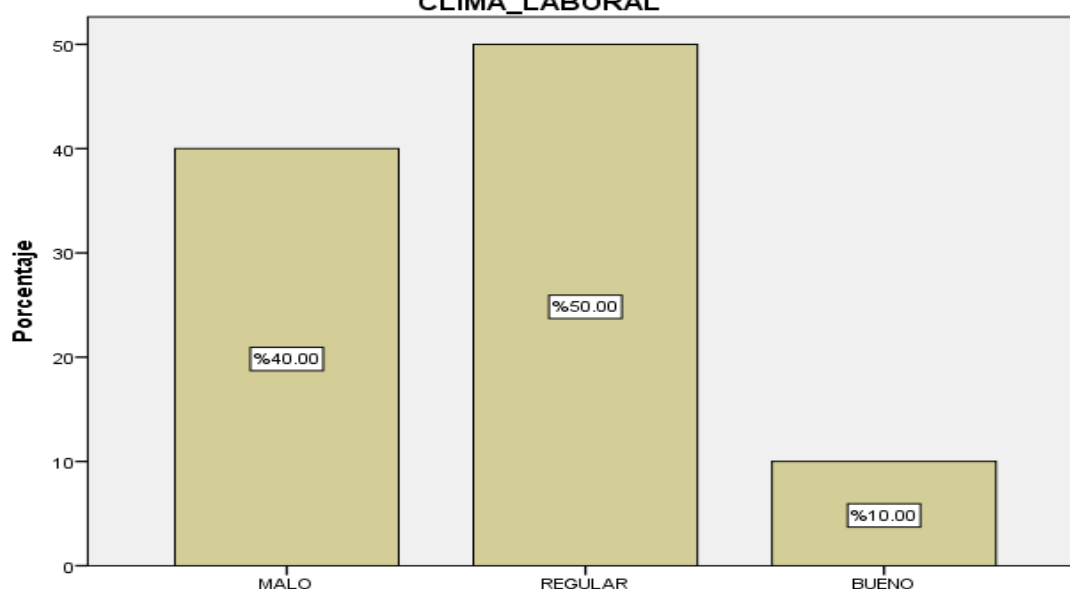
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos MALO	8	40.0	40.0	40.0
REGULAR	10	50.0	50.0	90.0
BUENO	2	10.0	10.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador

Grafico N° 41

CLIMA_LABORAL



Fuente: Cuadro N° 41

Elaboración: Propia del Investigador

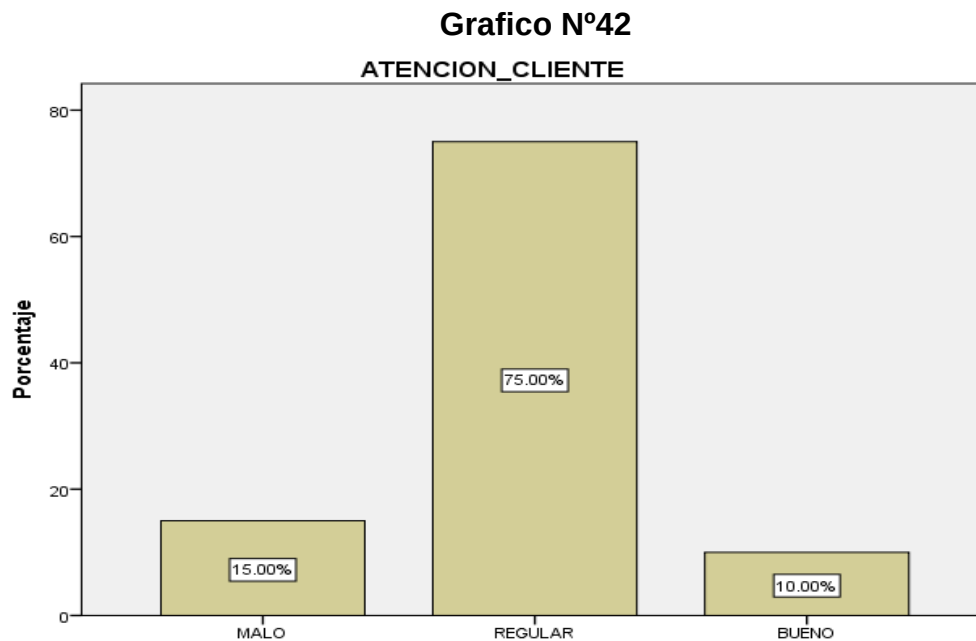
INTERPRETACIÓN: Analizando el grafico como los trabajadores encuestados reaccionan ante la variable de investigación (Clima Laboral) que perciben los trabajadores del servicio de farmacia del HRHVM, el 50% de los encuestados consideran que perciben de manera regular, mientras que un 40% lo considera como malo y un 10% considera que es bueno. Esto nos hizo llegar a la conclusión de que los trabajadores del servicio de farmacia del HRHVM no tienen un ambiente laboral bueno ni adecuado, ya que en su mayoría se siente disconforme con el ambiente en el que laboran.

Variable N° 02
Cuadro/ Tabla N° 42

Atencion_Cliente				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MALO	3	15.0	15.0
	REGULAR	15	75.0	90.0
	BUENO	2	10.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: Propia del Investigador



Fuente: Cuadro N° 42

Elaboración: Propia del Investigador

INTERPRETACIÓN: Se observa el grafico como los trabajadores encuestados reaccionan ante la variable de investigación (Atención al Cliente) que perciben los clientes que acuden al servicio de farmacia del HRHVM, el 75% de los encuestados consideran que perciben de manera regular, mientras que un 15% lo considera como malo y un 10% considera que es bueno. De acuerdo a estos resultados se llega a la conclusión de que la atención al cliente es deficiente y se considera de un nivel regular y que el servicio de atención que brindan los trabajadores del servicio de farmacia del HRHV no es la adecuada.

4.2. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS

4.2.1. Hipótesis general

Para comprobar la hipótesis, planteamos la hipótesis estadística siguiente:

HG: Clima laboral se relaciona significativamente con la Calidad de Atención al Cliente en el Área de Farmacia del Hospital Regional Hermilio Valdizan Medrano – 2018.

Calculando el Coeficiente r_{xy} de Correlación de Pearson:

$$r_{xy} = \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N(\sum x^2) - (\sum x)^2][N(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Donde:

x = Puntajes obtenido de la Clima laboral

y = Puntajes obtenidos de la Atención al Cliente

$r_{x,y}$ = Relación de las variables.

N = Número de estudiantes.

Tabla N° 43: Correlación de Pearson

Correlaciones			
		TotalVI	TotalVD
TotalVI	Correlación de Pearson	1	.146
	Sig. (bilateral)		.538
	N	20	20
TotalVD	Correlación de Pearson	.146	1
	Sig. (bilateral)	.538	
	N	20	20

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: El investigador

Se obtuvo un valor relacional de **0.146**, el cual manifiesta que hay una relación positiva media entre las variables de estudio: Variable 1 (Clima laboral) y Variable 2 (atención al cliente). De esta forma se acepta la hipótesis general.

4.2.2. Hipótesis específicas

Para comprobar las hipótesis específicas, planteamos las siguientes hipótesis estadísticas:

HE₁: La Autorrealización se relaciona significativamente con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018.

Tabla N° 44: Correlación de Pearson

Correlaciones			
		TotalVD	dim1
TotalVD	Correlación de Pearson	1	.168
	Sig. (bilateral)		.479
	N	20	20
dim1	Correlación de Pearson	.168	1
	Sig. (bilateral)	.479	
	N	20	20

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: El investigador

Se obtuvo un valor relacional de 0.168 el cual manifiesta que hay una relación positiva considerable entre las variables de estudio: Clima Laboral (DIM1 Autorealización) y Atención al cliente. De esta forma se acepta la hipótesis específica.

HE₂: Involucramiento Laboral se relaciona significativamente con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018.

Tabla N° 45: Correlación de Pearson

Correlaciones			
		TotalVD	dim2
TotalVD	Correlación de Pearson	1	.113
	Sig. (bilateral)		.637
	N	20	20
dim2	Correlación de Pearson	.113	1
	Sig. (bilateral)	.637	
	N	20	20

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: El investigador

Se obtuvo un valor relacional de 0.113 el cual manifiesta que hay una relación positiva media entre las variables de estudio: Clima Laboral (DIM2 Involucramiento Laboral) y Atención al cliente. De esta forma se acepta la hipótesis específica.

HE₃: La Supervisión se relacionan significativamente con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018.

Tabla N° 46: Correlación de Pearson

Correlaciones			
		TotalVD	dim3
TotalVD	Correlación de Pearson	1	.033
	Sig. (bilateral)		.890
	N	20	20
dim3	Correlación de Pearson	.033	1
	Sig. (bilateral)	.890	
	N	20	20

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: El investigador

Se obtuvo un valor relacional de 0.33 el cual manifiesta que hay una relación positiva media entre las variables de estudio: Clima Laboral (DIM3 Supervisión) y Atención al cliente. De esta forma se acepta la hipótesis específica.

HE₄: Comunicación interna se relaciona significativamente con la Calidad de la Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018.

Tabla N° 47: Correlación de Pearson

Correlaciones			
		TotalVD	dim4
TotalVD	Correlación de Pearson	1	.171
	Sig. (bilateral)		.472
	N	20	20
dim4	Correlación de Pearson	.171	1
	Sig. (bilateral)	.472	
	N	20	20

Fuente: Encuesta, 2018.

Elaboración: El investigador

Se obtuvo un valor relacional de 0.171 el cual manifiesta que hay una relación positiva considerable entre las variables de estudio: Clima Laboral (DIM4 Comunicación interna) y Atención al cliente. De esta forma se acepta la hipótesis específica.

CAPÍTULO V

DISCUSION DE RESULTADOS

5.1. Contrastación de los resultados del trabajo de investigación

En este capítulo se realizó la contrastación de los resultados obtenidos en el proceso de investigación con los antecedentes, el marco teórico y las hipótesis demostrar la relación entre la variable clima laboral y la variable atención al cliente en el servicio de farmacia del HRHVM – 2018.

5.1.1. Con relación a los antecedentes

Williams, L. (2013) en su trabajo de investigación titulado: “Estudio diagnóstico de clima laboral en una dependencia publica - Monterrey”. En la que concluye, que la motivación se ve seriamente afectada, reflejando un personal desinteresado, con poca identificación con su institución laboral, incertidumbre profesional, una comunicación deficiente entre los distintos niveles jerárquicos, tanto ascendente como descendentemente; en cuanto al liderazgo en la institución, se ve cada vez más afectado y con menor credibilidad por parte de los empleados lo cual es reforzado por la falta de acercamiento y confianza por ambas partes, por la falta de claridad al explicar los objetivos y la omisión de información que podría ser relevante para llevar a cabo efectivamente las actividades y la falta de retroalimentación hacia las acciones del personal.

A continuación, se estarán discutiendo los principales hallazgos de este estudio:

Analizando el gráfico N° 01 se observa que el 45% de los trabajadores encuestados califica como mala la motivación que recibe por parte de su jefe inmediato y un 15% lo califico como pésima; esto nos hizo llegar a la conclusión de que los trabajadores del servicio de farmacia del HRHVM no tienen un ambiente laboral bueno ni adecuado, ya que en su mayoría se siente disconforme y desmotivado en el ambiente donde laboran.

5.1.2. Con relación al marco teórico

De los aportes teóricos del presente estudio se citan los aportes de los diversos autores para ser contrastados con los respectivos resultados obtenidos en el desarrollo de la presente investigación.

De acuerdo con Martínez (2001), sostiene que el clima laboral está determinado por el conjunto de factores vinculados a la calidad de vida dentro de una organización. Constituye una percepción, y como tal adquiere valor de realidad en las organizaciones.

El grafico N° 41 se observa como los trabajadores encuestados reaccionan ante la variable de investigación (Clima Laboral) que perciben los trabajadores del servicio de farmacia del HRHVM, el 50% de los encuestados consideran que perciben de manera regular, mientras que un 40% lo considera como malo y un 10% considera que es bueno. Esto nos hizo llegar a la conclusión de que la percepción que tienen los trabajadores del servicio de farmacia del HRHVM acerca del clima laboral no es positiva y no lo consideran adecuado.

5.1.3. Con relación a la hipótesis general: Clima laboral influye de forma significativa en la Calidad de Atención al Cliente en el Área de Farmacia del Hospital Regional Hermilio Valdizan Medrano – 2018.

De los resultados obtenidos en la investigación, podemos apreciar en la tabla N° 43 que correlación de Pearson, Hipótesis General, el 0.146% existe relación positiva media entre las variables de estudio: Variable 1 (Clima laboral) y Variable 2 (atención al cliente). De esta forma se acepta la hipótesis general; asimismo en el gráfico N° 17 el 45% de los trabajadores encuestados califican el clima laboral como regular y un 40% lo considera como malo, por lo que no es beneficioso para los trabajadores ya que impide que los trabajadores desempeñen sus labores adecuadamente esto a la vez influye en la atención que brindan a los clientes del HRHVM, Huánuco.

De acuerdo a Litwin y Stinger (1998), citado por Gan (2007), sostiene que el Clima Organizacional 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, también puede ser un factor de distinción e influencia en el comportamiento de quienes la integran.

5.1.4. Con relación a la hipótesis específica 1

HE₁: La Autorealización se relaciona con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018.

De los resultados obtenidos en la investigación, podemos apreciar en la tabla N° 44 que correlación de Pearson, Hipótesis específica 0.168% el cual manifiesta que hay una relación considerable entre las variables de estudio: Clima Laboral (DIM1 Autorealización) y Atención al cliente. De esta forma se acepta la hipótesis específica; asimismo en el grafico N° 5 el 40% de los trabajadores encuestados percibe como mala o no percibe la ayuda por parte del jefe hacia los trabajadores para que estos crezcan profesionalmente.

Palma (2006), es la apreciación del trabajador con respecto a las posibilidades que el medio laboral favorece al desarrollo personal y profesional contingente a la tarea y con perspectiva de futuro. La necesidad de autorrealización es llegar a ser lo que es capaz de ser. Es el clima de las necesidades de los seres humanos. Hacer aquello para lo que la persona se siente dotada y desarrollar sus propias posibilidades, lo que le hace sentirse contento y satisfecho cuando tiene la oportunidad de desplegar esas posibilidades dentro de su vida familiar, escolar o profesional.

5.1.5. Con relación a la hipótesis específica 2:

HE₂: Involucramiento Laboral se relaciona con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018.

De los resultados obtenidos en la investigación, podemos apreciar en la tabla N° 45 que correlación de Pearson, Hipótesis específica 0.113%

el cual manifiesta que hay una relación positiva media entre las variables de estudio: Clima Laboral (DIM2 Involucramiento Laboral) y Atención al cliente. De esta forma se acepta la hipótesis específica; asimismo en el grafico N° 9 el 45% de los trabajadores del servicio de farmacia califican como bueno a la pregunta siento que soy miembro de un equipo que funciona bien, mientras que un 25% lo considera como malo.

Litwin y Stinger (1968), sostiene que la dimensión identidad es el sentimiento de que uno pertenece a la compañía y es un miembro valioso de un equipo de trabajo; en general, la sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización. Según Palma (2006), “es la identificación con los valores organizacionales y compromiso para el cumplimiento y desarrollo de la organización”.

5.1.6. Con relación a la hipótesis específica 3

HE₃: La Supervisión se relacionan con en la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV-2018.

De los resultados obtenidos en la investigación, podemos apreciar en la tabla N° 46 que correlación de Pearson, Hipótesis específica 0.33% el cual manifiesta que hay una relación positiva media entre las variables de estudio: Clima Laboral (DIM3 Supervisión) y Atención al cliente. De esta forma se acepta la hipótesis específica; asimismo en el grafico N° 13 el 50% de los trabajadores encuestados lo califican como malo el apoyo homogéneo que reciben por parte de su jefe inmediato, mientras que un 5% lo considera como pésima.

Según Palma (2006), “sostiene que la supervisión son las apreciaciones de funcionalidad y significación de superiores en la supervisión dentro de la actividad laboral en tanto relación de apoyo y orientación para las tareas que forman parte de su desempeño diario”.

5.1.7. Con relación a la hipótesis específica 4

HE4: Comunicación interna se relaciona con la Calidad de la Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV-2018.

De los resultados obtenidos en la investigación, podemos apreciar en la tabla N° 47 que correlación de Pearson, Hipótesis específica 0.171% el cual manifiesta que hay una relación positiva considerable entre las variables de estudio: Clima Laboral (DIM4 Comunicación interna) y Atención al cliente. De esta forma se acepta la hipótesis específica; asimismo en el grafico N° 18 el 45% de los trabajadores encuestados lo califican como buena la comunicación dentro del área de farmacia, mientras que un 25% lo considera mala.

Palma (2006), “es la percepción del grado de fluidez, celebridad, claridad, coherencia y precisión de la información relativa y pertinente al funcionamiento interno de la empresa como con la atención a usuarios y/o clientes de la misma”. Así mismo Grant (2002), citado por Asmat (2006), sostiene que el Factor Comunicación, se refiere a los procesos de transmisión de información, órdenes y en general, a los actos comunicativos, ya sean orales o escritos.

CONCLUSIONES

Se llevó a cabo un estudio sobre la relación del Clima Laboral con la atención cliente en el Área de Farmacia del Hospital Regional Hermilio Valdizan Medrano – 2018. Se llegó a las siguientes conclusiones.

- Una de las conclusiones en relación al objetivo general es que el Clima Laboral se relaciona significativamente con la atención al cliente en el Área de Farmacia del HRHVM – 2018; representado con un 0.146% en la correlación de Pearson siendo esta relación positiva media, según el cuadro N° 43 de correlaciones de las dos variables, comprobando así que la variable independiente (Clima laboral) y Variable Dependiente (atención al cliente) están correctamente asociadas.
- En relación al objetivo específico 1: La Auto realización se relaciona significativamente con la atención al cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018; representado con un 0.168% en la correlación de Pearson siendo esta relación positiva considerable determinando así que el clima laboral no favorece al desarrollo personal y profesional de los trabajadores y esto influye en la atención que recibe el cliente.
- En relación al objetivo específico 2: El Involucramiento Laboral se relaciona significativamente con la atención al cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018; representado con un 0.113% en la correlación de Pearson siendo esta relación positiva media determinando así un nivel medio en cuanto los colaboradores se sienten identificados, comprometidos o sienten que pertenecen a una organización estable.
- En relación al objetivo específico 3: La Supervisión se relaciona significativamente con la atención al cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018; representado con un 0.33% en la correlación de Pearson siendo esta relación positiva media determinando así que el jefe inmediato brinda un apoyo homogéneo y orientación deficiente a sus subordinados.

- En relación al objetivo específico 4: La Comunicación interna se relaciona significativamente con la atención al cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018; representado con un 0.171% en la correlación de Pearson siendo esta relación positiva considerable determinando así que la comunicación interna dentro del servicio se da de manera regular y que podría mejorarse para el bienestar de los trabajadores y que esta dimensión si influye en la atención al cliente aunque de manera no tan significativa.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda al jefe inmediato del servicio de farmacia del HRHVM fortalecer el clima laboral de sus colaboradores a través del trabajo en equipo, capacitaciones, mas canales de comunicación, apoyar y orientar de manera continua a sus subordinados, motivándolos en cuanto a su desempeño, a fin de que los trabajadores brinden una adecuada atención al cliente.
- Se recomienda a los colaboradores el servicio de farmacia del HRHVM y al jefe inmediato que se fomente el apoyo mutuo y el logro de objetivos en común, el jefe inmediato debe fortalecer sus conocimientos sobre gestión de los recursos humano y coaching para crear un ambiente más motivado para los trabajadores, a fin de que se genere un clima laboral agradable, esto permitirá que todos tengan un desarrollo personal y profesional.
- Se recomienda a los colaboradores el servicio de farmacia del HRHVM y al jefe inmediato fomentar y fortalecer el trabajo en equipo que todos se sientan comprometidos y se sientan parte de la organización; a fin de que esto ayude al desempeño laboral y por ende a la atención que se les brinda a los clientes.
- Se recomienda al jefe inmediato del servicio de farmacia del HRHVM brinde mayor apoyo y orientación a los colaboradores para que así tenga personal eficiente en sus labores, que también se tome en cuenta las opiniones de todos al momento de la toma de decisiones, esto mejorara la relación entre el jefe inmediato y los trabajadores generando un ambiente grato, a fin de mejorar el trato que tiene los colaboradores hacia los clientes.
- Se recomienda al jefe inmediato del servicio de farmacia del HRHVM mejorar y reafirmar la comunicación interna con sus colaboradores, para mejorar las relaciones interpersonales y poder ampliar los canales de comunicación, ayudando esto a la solución de problemas y conflictos que se puedan generar.

- También se recomienda al jefe inmediato y a los trabajadores del servicio de farmacia, poder llevar capacitaciones o charlas psicológicas ya que considero que la salud mental de los trabajadores es parte esencial y juega un papel importante en el mejoramiento del clima laboral y un apoyo en la estabilidad emocional de las personas para también brindar una atención a la cliente adecuada a los clientes que acuden a este servicio porque tienen problemas de salud.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografías

- Brunet, L. (2002). *El Clima de Trabajo en las Organizaciones*. 4ta edición. México: Trillas.
- Chang, J. (2014). “Atención al cliente en los servicios de la municipalidad de Malacatán San Marcos”. **Guatemala**.
- Chiavenato, I. (2003). *Administración de Recursos Humanos*. Quinta Edición. Editora Nomos. Colombia
- Da Silva, R. (2002). *Teorías de la administración. Modelos utilizados en la medición del clima organizacional*. Madrid. ESIC Editorial.
- Diario Perú21, (2013) *Aprueban manual para mejorar atención en entidades públicas*. Recuperado de: <https://peru21.pe/economia/aprueban-manual-mejorar-atencion-entidades-publicas-112106>
- Echegaray, V. (2014). “Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente de la Cmac Tacna en el año 2013”. **Tacna**
- Fernández, A.; Tiburcio, L. & Vásquez, F. (2015). “Calidad de Atención Y la satisfacción de usuarios del Servicio de Emergencia del Hospital Regional Hermilio Valdizan Medrano” 2014. **Huánuco**
- Fernández E. (2015). *Calidad En Atención A Usuarios De La Administración Pública Caso De Estudio: Obra Social S.E.R.O.S. Universidad F.A.S.T.A. Argentina*.
- Gan, F. (2007). *Manual de Recursos Humanos. Clima Organizacional*. Barcelona. Editorial UOC.
- Hoffman, D. (2002). *Fundamentos de Marketing de Servicios*. 2da. Edición. México.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (1991). *Fundamentos de Mercadotecnia*. Segunda Edición. México.
- Palma, S. (2006). *Escala de Satisfacción Laboral (SL-SPC) Manual*. Lima, Perú: Editora y Comercializadora CARTOLAN EIRL.
- Pereira, C. (2014). “Clima laboral y servicio al cliente” (estudio realizado en hospitales privados de la zona 9 de la ciudad de Quetzaltenango). **Guatemala**.

- Ponce, F.; Ramon, M. & Suarez, E. (2017). *“Gestión del clima laboral y su relación con el desempeño del personal administrativo en la Unheval 2017”* **Perú.**
- Redacción portafolio (2014), *El impacto del clima organizacional en los resultados*. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/opinion/redaccion-portafolio/impacto-clima-organizacional-resultados-62088>
- Ruiz, R. (2017). *“Calidad de atención al cliente y el nivel de satisfacción del usuario externo en el hospital Essalud II, Tarapoto, San Martín – 2016”*. **Tarapoto.**
- Serna, H. (2006). *Servicio al cliente*. Segunda edición. Editora. México.
- Silva, A. & Chullo, M. (2018). *“ansiedad estado y clima laboral en trabajadores de salud del hospital de la policía”*. **Perú.**
- Verde, S. & Huayta, S. (2016). *“Calidad de atención al cliente y su relación con el nivel de satisfacción general del servicio. Seda Huánuco. 2015”* Huánuco. **Perú.**
- Vidal, E, (2004). *Diagnóstico Organizacional. Principales modelos utilizados en la medición del clima laboral*. México. Interamericana Editores.

ANEXOS

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	
(VI) CLIMA LABORAL	D1: Autorrealización	• Motivación • Objetivos alcanzados • Desarrollo de capacidades • Recompensas	1, 2 3, 4 5
	D2: Involucramiento Laboral	• Apoyo • Compromiso • Sentimiento de pertenencia a la organización	6, 7 8, 9
	D3: Supervisión	• Reglamento, tramites, burocracia, percepción. • Toma de decisiones, actitudes, orientación de tareas	10, 11 12, 13
	D4: Comunicación interna	• Ambiente de trabajo grato, canales de comunicación • Solución de problemas • Relaciones interpersonales	14, 15 16, 17 18, 19 20
(VD) ATENCION AL CLIENTE	D1: Amabilidad y cortesía	• Actitud cordial, respeto, consideración, confianza.	1, 2 3, 4 5
	D2: Capacidad de respuesta.	• Atención oportuna • Consultas y dudas • Atención rápida • Satisfacción.	6, 7 8, 9 10, 11
	D3: Comunicación	• Lenguaje simple y claro, veraz y completa. • Interés por el paciente • Brindan información	12, 13 14, 15 16, 17
	D4: Equidad	• Trato igualitario, sin discriminación. • Atención personalizada	18, 19 20

Fuente: Elaboración propia
 Responsable: Rodríguez Rojas, Ashley.

CUESTIONARIO – CLIMA LABORAL

INSTRUCCIONES:

Estimados colaboradores, mediante la presente encuesta deseamos recolectar datos acerca de la situación del **CLIMA LABORAL** que usted **PERCIBE** dentro del **SERVICIO DE FARMACIA** del HOSPITAL REGIONAL HERMILIO VALDIZAN MEDRANO - HUÁNUCO. La información que usted brindará será de mucha confidencialidad.

Por favor marque con un aspa (**x**) en la casilla que considere la más adecuada, según su percepción, Siendo 1 el más bajo y 5 el más alto. **No hay respuestas correctas o incorrectas.**

1	2	3	4	5
PÉSIMA	MALA	REGULAR	BUENA	EXCELENTE

Edad:

Sexo:

ITEMS: CLIMA LABORAL		1	2	3	4	5
1.	Me siento bien respecto a la motivación que recibo por parte de mi jefe inmediato. D1					
2.	¿Cree usted que sus opiniones son tomadas en cuenta por su jefe inmediato? D1					
3.	¿Existe suficiente recompensa y reconocimiento por realizar un buen trabajo? D1					
4.	¿Siente estabilidad laboral en el HRHVM? D1					
5.	¿Su jefe inmediato ayuda a que los trabajadores crezcan profesionalmente, ya sea un ascenso o una promoción? D1					
6.	¿Considera que el trabajo en equipo funciona o es adecuado dentro del Servicio de Farmacia? D2					
7.	¿Se siente comprometido a ayudar en lo que se requiera a sus compañeros de trabajo? D2					
8.	¿Se siente identificado con la entidad en donde labora? D2					
9.	¿Siento que soy miembro de un equipo que funciona bien? D2					
10.	¿Considera que existe un exceso de reglas y trámites administrativos para el correcto desarrollo de sus labores? D3					
11.	¿La actitud que tiene su jefe inmediato en el Servicio de Farmacia frente a los colaboradores es la indicada? D3					
12.	¿Considera que existe una sobrecarga laboral? D3					
13.	¿Existe un apoyo homogéneo por parte del jefe inmediato para con sus colaboradores? D3					
14.	¿La relación y el trato que tiene Ud. con su jefe inmediato tiende a ser agradable? D4					
15.	¿Me sancionan y no escuchan mi descargo cuando cometo un error? D4					
16.	¿Siempre puede decir lo que piensa, aunque no esté de acuerdo con su jefe inmediato? D4					
17.	¿El servicio de Farmacia se caracteriza por tener un clima de trabajo agradable y sin tensiones? D4					
18.	¿La comunicación que se genera dentro del Servicio de Farmacia favorece el logro de los objetivos? D4					
19.	¿Cree usted que, frente a situaciones de conflicto, existe apoyo mutuo y solidaridad por parte de los integrantes del equipo? D4					
20.	¿Considera adecuado el manejo en la resolución de conflictos por parte del jefe inmediato? D4					



CUESTIONARIO – ATENCION AL CLIENTE

INSTRUCCIONES:

Estimados clientes mediante la presente encuesta deseamos recolectar datos sobre **ATENCION AL CLIENTE** que usted **RECIBIO** al ser atendido por los **COLABORADORES** del **SERVICIO DE FARMACIA** del HOSPITAL REGIONAL HERMILIO VALDIZAN MEDRANO en HUÁNUCO. La información que usted brindará será de mucha confidencialidad.

Por favor marque con un aspa (**x**) en la casilla que considere la más adecuada, según su percepción, , Siendo 1 el mas bajo y 5 el mas alto. **No hay respuestas correctas o incorrectas.**

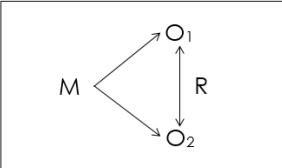
1	2	3	4	5
PÉSIMA	MALA	REGULAR	BUENA	EXCELENTE

Edad:

Sexo:

ITEMS: ATENCION AL CLIENTE		1	2	3	4	5
1.	¿Los trabajadores del Servicio de Farmacia fueron respetuosos y cordiales al atenderlo? D1					
2.	¿Los trabajadores del Servicio de Farmacia tuvieron consideración al momento de atenderlo? D1					
3.	¿Los trabajadores del Servicio de Farmacia fueron amables al momento de atenderlo? D1					
4.	¿El comportamiento de los trabajadores le transmite confianza? D1					
5.	¿Usted como paciente o usuario se siente seguro al realizar sus compras en el servicio de farmacia? D1					
6.	¿Los trabajadores del Servicio de Farmacia se toman el tiempo para responder sus consultas y dudas? D2					
7.	¿El personal del Servicio de Farmacia del HRHVM, ofrece un servicio rápido a sus pacientes o usuarios? D2					
8.	¿Está satisfecho con la atención que brindada en el Servicio de Farmacia? D2					
9.	¿Considera que el personal tiene conocimientos suficientes para responder sus preguntas? D2					
10.	¿El personal del Servicio de Farmacia del HRHVM, ofrece una atención oportuna a sus pacientes o usuarios? D2					
11.	¿El Servicio de Farmacia del HRHVM, realiza bien el servicio farmacéutico la primera vez? D2					
12.	¿Ante un problema, los trabajadores muestran sincero interés en solucionarlo? D3					
13.	¿El personal de Farmacia comprende las necesidades de los pacientes o usuarios? D3					
14.	¿El personal del Servicio de Farmacia del HRHVM, informa con precisión a los pacientes o usuarios cuando concluirá cada servicio? D3					
15.	¿El personal se comunica de manera clara y precisa? D3					
16.	¿No tienen problemas en brindarle la información que requiere? D3					
17.	¿Considera que la información que recibe es correcta y completa? D3					
18.	¿Los trabajadores del Servicio de Farmacia del HRHVM, Tienen un trato equitativo con todos sus pacientes o usuarios? D4					
19.	¿Los trabajadores brindan una atención personalizada? D4					
20.	¿Los trabajadores del Servicio de Farmacia tienden a discriminar a los pacientes o usuarios? D4					

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBELMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA	INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACION
<u>Problema General</u> ¿De qué manera el Clima Laboral se relaciona con la calidad de atención al cliente en el Área de Farmacia del HRHVM - 2018?	<u>Objetivo General</u> Determinar de qué manera el Clima Laboral se relaciona con la Calidad de atención al cliente en el Área de Farmacia del HRHVM – 2018	<u>Hipótesis General</u> Clima laboral se relaciona significativamente con la Calidad de Atención al Cliente en el Área de Farmacia del Hospital Regional Hermilio Valdizan Medrano – 2018	Variable independiente CLIMA LABORAL	D1: Autorrealización D2: Involucramiento Laboral D3: Supervisión D4: Comunicación Interna	Motivación Objetivos alcanzados Desarrollo de capacidades Recompensas Apoyo Compromiso Sentimiento de pertenencia Reglamento percepción. Toma de decisiones, orientación Ambiente de grato, canales de comunicación Solución de problemas Relaciones	El presente estudio de investigación corresponde a un nivel alcance o nivel correlacional. Cuyo esquema es:  Dónde: M = Muestra O1 = Observación a la variable 1 (CLIMA LABORAL) O2 = Observación a la variable 2 (ATENCION AL CLIENTE) R = Relación existente entre las variables.	(Hacemos uso de esto con la finalidad de conocer estados de opinión, características o hechos específicos para tener la información adecuada para poder validar este trabajo).
<u>Problema Especifico</u> • ¿De qué manera se relaciona la Autorrealización con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los	Objetivo Especifico • Determinar de qué manera se relaciona la Autorrealización con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los	<u>Hipótesis Específicos</u> Ha: La Autorrealización se relaciona significativamente con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los		D1: Amabilidad y cortesía	Actitud cordial, respeto, consideración		

trabajadores del área de Farmacia del HRHV-2018? ¿De qué manera se relaciona el Involucramiento Laboral con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018? ¿Cuál es la relación que tiene la Supervisión con en la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV-2018? ¿De qué manera se relaciona la Comunicación interna con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV - 2018?	trabajadores del área de Farmacia del HRHV-2018 - Determinar cuál es la relación que tiene el Involucramiento Laboral con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV- 2018. - Determinar de qué manera se relaciona la Supervisión con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV-2018. - Conocer de qué manera se relaciona la Comunicación interna con la Calidad de la Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV-2018.	trabajadores del área de Farmacia del HRHV-2018. Ha: Involucramiento Laboral se relaciona significativamente con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV-2018. Ha: La Supervisión se relacionan significativamente con la Calidad de Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV-2018. Ha: Comunicación interna se relaciona significativamente con la Calidad de la Atención al Cliente que ofrecen los trabajadores del área de Farmacia del HRHV-2018.	Variable Dependiente ATENCION AL CLIENTE	D2: Capacidad de respuesta	Atención oportuna •Consultas y dudas •Atención rápida •Satisfacción.	Población: Servicio de Farmacia. Muestra: 20 trabajadores 20 clientes	
				D3: Comunicación	Lenguaje simple, claro, veraz Interés por el paciente Brindan información		
				D4: Equidad	Trato igualitario Discriminación Atención personalizada		

