



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“FACTORES QUE INTERVIENEN EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN DE UNA EMPRESA EDITORA EN LA CIUDAD DE LIMA, PERÚ, EN EL AÑO 2019”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración

Autora:

Mery Cisneros Soto

Asesor:

Mg. Aldo Rafael Medina Gamero

Lima - Perú

2021

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se lo dedico con mucho cariño a todos mis hermanos y en especial a mi madre, quien me motiva a seguir adelante guiándome en cada momento.

También quiero mencionar a mi amigo Alexander Rivera, una gran persona que me brindó su apoyo en cada momento y aportando de sus conocimientos y experiencia.

Con mucho cariño se lo dedico esta tesis a mi padre, mi fuente de inspiración quien me ilumina desde el cielo.

Mery

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi guía en cada momento, fortaleciéndome como persona con su gracia y misericordia. También agradezco a mi asesor Aldo Medina Gamero, por haberme guiado con su Amplia trayectoria y conocimiento en cada momento de mi investigación.

Mery

TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Justificación de la investigación	14
1.3. Antecedentes de la investigación	15
1.4. Bases teóricas	19
1.5. Teorías vinculadas al Clima Organizacional	23
1.6. Definición de las dimensiones	25
1.7. Definición de indicadores	30
1.8. Formulación del problema	34
1.9. Objetivos	35
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	36
2.1 Tipo de investigación	36
2.2 Diseño de investigación	37
2.3 Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)	40
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	41
2.4.1 Validez del instrumento	44

2.4.2	Confiabilidad	44
2.5	Procedimiento y análisis de datos	45
2.6	Aspectos éticos	46
CAPÍTULO III. RESULTADOS		48
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES		54
REFERENCIAS		66
ANEXOS		72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de Operacionalización de la variable Clima Organizacional. -----	39
Tabla 2 Resumen de los resultados del Clima Organizacional -----	48
Tabla 3 Frecuencia y porcentaje de la dimensión comunicación-----	49
Tabla 4 Frecuencia y porcentaje de la dimensión relación interpersonal -----	50
Tabla 5 Frecuencia y porcentaje de la dimensión involucramiento -----	51
Tabla 6 Frecuencia y porcentaje de la dimensión escala remunerativa-----	52
Tabla 7 Matriz de Consistencia -----	72
Tabla 8 ¿La información de interés para todos los colaboradores del área de producción llega de manera oportuna?-----	77
Tabla 9 ¿Las reuniones de coordinación con todos los miembros del área son frecuentes?-----	78
Tabla 10 ¿En el equipo de trabajo, usted puede expresar su punto de vista, aun cuando contradiga a los demás miembros?-----	79
Tabla 11 ¿Mantiene usted buenas relaciones con los colaboradores de su equipo de trabajo? ---	80
Tabla 12 ¿Cada integrante del equipo de trabajo se considera asimismo como un factor clave para el éxito de la organización?-----	81
Tabla 13 ¿Percibe usted que los encargados de área de la empresa se preocupan por mantener elevado el nivel de motivación e involucramiento del personal?-----	82
Tabla 14 ¿Existen incentivos laborales que lo motivan a realizar mejor sus actividades en su puesto de trabajo?-----	83
Tabla 15 ¿Las bonificaciones son adecuadas en relación con el trabajo que realiza?-----	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Resumen de resultados de la Comunicación Interna -----	48
Figura 2. Porcentaje de buena comunicación entre los compañeros de trabajo -----	49
Figura 3. Porcentaje de normas y principios éticos de la organización que facilitan las relaciones interpersonales dentro del equipo de trabajo -----	50
Figura 4. Porcentaje de cumplimiento con las metas establecidas por la empresa que contribuyen con el éxito en la organización -----	51
Figura 5. Porcentaje de la percepción de satisfacción en donde el sueldo cubre las necesidades básicas-----	52
Figura 6. Porcentaje de información de interés para todos los colaboradores -----	77
Figura 7. Porcentaje de reuniones de coordinación -----	78
Figura 8. Porcentaje de expresión de puntos de vista. -----	79
Figura 9. Porcentaje de buenas relaciones entre los colaboradores -----	80
Figura 10. Porcentaje de factor clave para el éxito de la organización. -----	81
Figura 11. Porcentaje de percepción de nivel de motivación e involucramiento.-----	82
Figura 12. Porcentaje de incentivos laborales. -----	83
Figura 13. Porcentaje de bonificaciones adecuadas. -----	84

RESUMEN

La presente tesis tiene como objetivo general: Describir los factores que intervienen en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019. En la metodología el diseño de investigación es descriptivo, transversal y no experimental. Se aplicó una muestra no probabilística por conveniencia conformada por 42 colaboradores. Se utilizó como técnica de recolección la encuesta y el instrumento validado por el juicio de tres especialistas de la UPN. Los resultados encontrados fueron: la dimensión involucramiento, en su indicador compromiso con la organización, obtuvo una mayor calificación con un porcentaje de 94.05%; le sigue la dimensión relaciones interpersonales, en su indicador comportamiento ético, alcanzó una valoración de 92.98%; a continuación, la dimensión comunicación, en su indicador: acceso a la información con una valoración de 92.90% y finalmente la dimensión escala remunerativa, en su indicador remuneración, con una valoración de 69.05%. Las conclusiones determinaron que las dimensiones con una mayor incidencia son: la dimensión involucramiento, seguida de la dimensión relaciones interpersonales, a continuación, la dimensión comunicación y en una menor contundencia la dimensión escala remunerativa. Por consiguiente, damos respuesta a la pregunta general en la presente investigación.

Palabras clave: Clima organizacional, Cultura organizacional, Clima laboral.

ABSTRACT

This thesis has the general objective: Describe the factors that intervene in the Organizational Climate in the production area of a publishing company in the city of Lima, Peru, in the year 2019. In the methodology, the research design is descriptive, transversal and not experimental.

A non-probabilistic convenience sample made up of 42 collaborators was applied. The survey and the instrument validated by the judgment of three UPN specialists were used as the collection technique. The results found were: the dimension of involvement, in its indicator commitment to the organization, obtained a higher rating with a percentage of 94.05%; It is followed by the interpersonal relationships dimension, in its ethical behavior indicator, it reached a valuation of 92.98%; then the communication dimension, in its indicator: access to information with a 92.90% assessment and finally the remuneration scale dimension, in its remuneration indicator, with a 69.05% assessment. The conclusions determined that the dimensions with the highest incidence are: the dimension of involvement, followed by the dimension of interpersonal relationships, then the dimension of communication and, to a lesser extent, the dimension of remuneration scale. Therefore, the general question is answered in the present investigation.

Keywords: Organizational climate. Organizational culture. Working environment.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En el ámbito mundial las organizaciones se enfrentan continuamente a diferentes cambios que se presenten en el camino, sin importar si pertenecen al sector público o privado, ya que continuamente se encuentran expuestas a diferentes elementos competitivos que hace que la administración de las personas internamente se vuelva un factor difícil de sobrellevar, por tanto se plantea como un elemento concluyente una relación positiva entre los objetivos, características en el personal que conforman la empresa. Todos los recursos dentro de ellos tenemos los financieros, tecnológicos y comerciales que son muy fundamentales y relevantes en el establecimiento de competencias que proporcionen el crecimiento de una organización. (Gonzales, Ramirez, Teran & Palomino, 2021).

El clima organizacional puede atravesar diferentes cambios, tener subidas y bajadas diariamente en una organización. Existen conocimientos externos e internos en donde pueden perturbar esta tranquilidad. Lo que está sucediendo en el entorno de la empresa como el macro hábitat económico, social, político, político, cultural, y comercial de un territorio, pueden retrasar las ventas de la organización, porque pueden constituir elementos que pueden perjudicar gravemente a las empresas, son contextos que no están al alcance de los directivos poder cambiarlos, estando fuera de control (Sosa, 2018).

Dentro de un contexto global, existe una tendencia en el énfasis con respecto a la importancia que posee en las empresas y la relación que surge entre las personas, la valoración del ambiente en donde laboran diariamente para conseguir satisfacer sus necesidades principales, así como; actualización, buen ambiente de trabajo, salario, beneficios, (Chirinos, Meriño & Martínez, 2018).

Las organizaciones por sí solas no son capaces de producir y ser competitivas, pues necesitan de los esfuerzos y competencias de los colaboradores para lograr las metas organizacionales por lo que es necesario consolidar el talento humano como elemento esencial en la dinámica de un clima organizacional fortalecido, (Corredor & Et, 2016).

Diversos estudios han identificado que el rendimiento en una empresa depende mucho de los lineamientos entre ellos los principios y valores de los empleados que se han trazado en la estrategia de la compañía, tratando de que el clima organizacional y el liderazgo se encuentran asociados, es decir, ninguno puede realmente ser entendido sin el otro, están estrechamente ligados, (Jáuregui & Louffat, 2019).

A nivel latinoamericano, de acuerdo a un estudio en referencia al clima organizacional, se encontraron algunos indicadores importantes en donde precisan que el 55% de los profesionales observan un clima organizacional favorable dentro de las empresas donde laboran, y un 23% precisaron que existe un ambiente más tenso y con menos fluidez en la comunicación, según una investigación referente a la apreciación de 650 profesionales a nivel Latinoamérica, (Mandomedio, 2020).

Con el propósito de reconocer la apreciación de los dirigentes empresariales latinoamericanos en base a la cultura organizacional, la consultora Spencer Stuart realizó un cuestionario llevado a cabo durante el último trimestre del año 2017 a 120 directores y ejecutivos del área de recursos humanos de Latinoamérica, (Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México y Perú) y se encontró que un 93 % de los ejecutivos respondieron aludiendo que concurre una relación clara entre cultura y estrategia, por otro lado la mayor parte de los directores y ejecutivos consideran la cultura de la propia entidad como un activo con un 95% perciben la cultura organizacional como una ventaja, sin embargo menos, el 82% definen la cultura de su empresa como una factor organizacional del nivel más alto en el desempeño, el 79% manifiestan que viene desarrollándose con vigor su cultura organizacional, y el 88% opina que existe un vínculo transparente entre cultura y estrategia de su cultura organizacional, (Bernardi & Menezes, 2018).

A nivel nacional, es oportuno señalar los resultados derivados de una encuesta ejecutada por la consultora Aptitus, en donde se halló que un 86% de peruanos testificó que estarían listos para retirarse de su actual trabajo donde se vienen desarrollando, si existiera un ambiente tenso que conlleve a conflictos entre los colaboradores y no se sientan cómodos trabajando en donde exista un mal clima organizacional. Por lo tanto, se observa que el tema remunerativo lo sigue liderando con un (27%), seguidamente un 23% testifican el valor de tener un buen clima organizacional favorable en sus centros de trabajo. Además, el 81% de los colaboradores manifestó que el clima es un factor relevante para su crecimiento profesional y finalmente el 19% indico que este aspecto no interviene en sus ocupaciones, (APTITUS, 2018).

La empresa del rubro editorial en donde se ha llevado a cabo la presente investigación, se encuentra ubicada en el Cercado de Lima. Esta compañía tiene 24 años de actividad y se dedica a la producción de materiales educativos con información científica, así como también participa en la distribución de textos pre universitario para las universidades, academias, entre otros, realizando envíos a nivel nacional. Esta compañía ha evidenciado la necesidad de fortalecer el CO, ya que se ha originado en los colaboradores del área de producción de la compañía malestar e incomodidad y que en algún momento se ha visto afectado en el rendimiento laboral, ya que se percibe que no existe una equidad en las remuneraciones y que está más bien se basa en la antigüedad de permanencia entre el personal operativo trayendo como consecuencia conflictos por lo que algunos colaboradores no se sienten comprometidos con la editorial tomando la decisión de buscar nuevas oportunidades en otras empresas del sector.

En la presente investigación la autora consideró necesario describir el clima organizacional en esta compañía ante la necesidad de implementar procedimientos estrategias que permitan consolidar el CO a través de la descripción de los factores que la pueden estar afectando internamente al área de producción de la empresa donde se ha identificado esta problemática.

1.2. Justificación de la investigación

1.2.1 Justificación teórica

Esta investigación busca resaltar el desempeño de un buen clima organizacional en una empresa editora en la ciudad de Lima. Se trató de reforzar los conceptos del clima organizacional, aportando conocimiento científico ante la necesidad de reconocer si los colaboradores se sienten a gusto trabajando en un ambiente favorable o un ambiente desagradable, donde podrían desarrollar sus habilidades y talento con perseverancia y aptitud para generar grandes beneficios en común. En este sentido los aportes académicos son muy importantes tanto para la empresa como para ellos, considerando esta premisa como una fortaleza para la toma de decisiones.

1.2.2 Justificación práctica

La presente investigación se lleva a cabo con la intención de determinar si el colaborador se siente seguro, en total confianza y con la capacidad de afrontar nuevos retos en un ambiente agradable y con una comunicación fluida donde pueda desarrollar toda su capacidad intelectual dentro del entorno laboral. De esta manera se podrá establecer si la empresa lograra alcanzar su éxito con un personal eficiente con la capacidad de resolver cualquier conflicto.

1.3. Antecedentes de la investigación

1.3.1 Antecedentes internacionales

(Flores, 2019), en la ciudad de Esmeraldas, en su investigación busco determinar el clima organizacional de los colaboradores en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas. La metodología que se usó fue descriptiva, se empleó instrumentos de recolección de datos, y se realizó una interpretación de los resultados. Los resultados determinaron que la gestión realizada por la institución en el último quinquenio, se ha alcanzado reducir el número de dimensiones en riesgo, el personal docente es quien tiene mayor incomodidad y su intervención es de un 55.9% en su totalidad de la población. Se concluye que en el ambiente en donde se desarrolla el personal docente solo existen 5 de 16 dimensiones en peligro, el personal administrativo y de servicio hacen mención que el 1 de las 16 dimensiones está en riesgo. La dimensión en riesgo frecuente para todos es la compensación y reconocimiento.

(Soto, 2017), en la ciudad de Esmeraldas, en su estudio, buscó analizar el clima organizacional de la empresa de comercialización “Rubí” de la ciudad de Esmeraldas. Durante el proceso de la presente investigación se confeccionaron encuestas tipo Likert, aplicando la encuesta a los 19 colaboradores de ambos sexos, y tienen entre 25 y 40 años de edad, se utilizó un instrumento de 21 preguntas en base a 5 factores, así como: Toma de decisiones, Liderazgo, Motivación, Comportamiento individual y Estructura Organizacional, en una escala del 1 al 5, proporcionando una fiabilidad de alfa de Cronbach del instrumento de 0,830. En los resultados se determinaron que de los 19

colaboradores encuestados el factor con menores interposiciones y calificación en una organización, es la de motivación con $X: \bar{=} 3,82$. Se concluyó que el factor motivación está perturbando el clima organizacional en la empresa, y el último objetivo fue correlacionar la variable años de servicios con el factor motivación y se descubrió que los colaboradores que tienen menos años de servicios en la empresa demuestran estar más motivados a diferencia de los colaboradores que tienen mayor años de aportación en la organización.

(Aguirre, Corral, Gonzales, Ledesma & Muñoz, 2017), en la ciudad de Manizales, trató de identificar el Clima Organizacional en dos instituciones prestadoras de servicios de salud de Santiago de Cali, Unidad de Cuidados Intensivos DUMIAN MEDICAL LOS CHORROS y Clínica Odontológica PROSDENT. En la metodología se midió las cuatro variables del clima organizacional, como el instrumento de la OPS: motivación, liderazgo, participación y reciprocidad. Se usó la técnica de la recolección la encuesta de 80 preguntas. En los resultados se halló estas dos instituciones que el clima organizacional acomoda el ambiente y define el comportamiento de los colaboradores en una organización. En las conclusiones se descubrió que en la Clínica Odontológica PROSDENT, la apreciación del Clima Organizacional es regularmente agradable, encontrándose en el en el área asistencial una percepción más acogedora, a diferencia del área administrativa; donde se aprecia con mayor claridad el clima laboral en el ambiente, quienes observan insatisfacción y desmotivación en el personal de servicios son los profesionales universitarios.

(Paz & Marín, 2014), en la ciudad de Manizales, en su tesis buscaron analizar los procesos de intervención del Clima Organizacional de la IPS de la Universidad Autónoma de Manizales con base en su caracterización. Se define el diseño de la investigación como; descriptivo, transversal. La muestra está conformada por 84 colaboradores divididas en diferentes departamentos, de esta forma 12 colaboradores en la asistencia de fisioterapia, 7 en la asistencia de terapias de apoyo y fisioterapia y por último 66 en la asistencia de odontología. En las conclusiones se determinó las condiciones del clima organizacional en la IPS-UAM, identificándose que existe baja satisfacción en las cuatro dimensiones que lo integran, y se determinó que no existe asociación entre ambas que encamine el progreso del clima organizacional a favor de la organización.

1.3.2 Antecedentes nacionales

(Castro, 2020), en la ciudad de Lima, en una tesis planteó determinar el nivel del clima organizacional en la Clínica de Hemodiálisis Neo Vital SAC en la provincia de Barranca, Lima Perú, 2020. El diseño de investigación fue descriptivo, transversal y no experimental. Se contó con una muestra de 30 colaboradores de la Clínica. Se utilizó la encuesta validada por 3 expertos de la UPN. En los resultados se encontró, en la dimensión comunicación se posiciona en un rango de aprobación alto (66.7%); la dimensión autorrealización se encuentra en un rango de aprobación alto (63.3%); la dimensión involucramiento se ubica en un rango de aprobación alto (63.3%); en la dimensión condiciones laborales se ubica en un rango de aprobación alto (70%). La autora concluyó que las dimensiones con más incidencia son: la comunicación (acceso a la

información); la autorrealización (respaldo en ideas creativas); la involucramiento (estimulo personal) y las condiciones laborales (en función a planes establecidos).

(Ramirez & La Cruz, 2017), en la ciudad de Lima, en su estudio trató de describir el clima organizacional en el área de lácteos de la empresa de alimentos y bebidas, en el cercado de Lima, en el periodo 2016. La muestra esta conformada por 73 personas que debieron ser encuestadas. En las conclusiones se determinó que la organización esta obligada a brindar al empleado un ambiente laboral agradable y recompensar por su labor de manera equitativa con todos por igual, cuando cumplan con la misma actividad. La empresa concede beneficios para los diferentes sindicatos, y no recompensa a todos por igual, generando disconformidades.

(Requejo, 2017), en la ciudad de Tarapoto, en una tesis buscó conocer el clima organizacional en el personal de salud del Hospital de Contingencia II-2 Tarapoto, San Martín, abril - setiembre, 2016. El estudio es cuantitativo, transversal de tipo descriptivo. Se encuestó a 226 trabajadores que consumaron los criterios de selección. El cuestionario consignó 55 items que miden 11 dimensiones sumergidas en tres variables, potencial humano, diseño organizacional y cultura organizacional. Se valoró como un clima no saludable un puntaje de 55 a 128, clima por mejorar de 129 a 202 y clima saludable de 203 a 275. En los resultados se evidenció que el clima organizacional en el Hospital de contingencia II-2 Tarapoto, alcanzó un puntaje de 173,35 correspondiente a un clima “por mejorar”. Las conclusiones determinaron que el clima organizacional en la unidad de analisis alcanzó un valor de 173,4 que corresponde a un clima “por mejorar”. Las

variables, potencial humano, diseño organizacional y cultura organizacional consiguieron puntajes de 53,1; 60,4 y 59,8 respectivamente, referente a un clima “por mejorar”.

(Silva, 2015), en la ciudad de Lima, en una tesis, realizó una evaluación del clima organizacional para proponer acciones de mejora en la empresa OPPLUS. En los resultados los factores propicios son la autonomía que se les da a los supervisores, promoviendo el liderazgo en sus áreas, con un 94%, la comunicación de objetivos, con los supervisores, las condiciones físicas que ofrece el establecimiento, con un 72%, la identificación con la empresa, el nivel de motivación es alto en relación con el ambiente laboral, y el puesto de trabajo. En las conclusiones se halló que clima organizacional de Opplus es positivo, y que la satisfacción laboral es suficientemente alta. definiéndose un plan, políticas y acciones a alcanzar para retener, motivar y comprometer al personal, reduciendo los niveles de rotación actuales.

1.4. Bases teóricas

1.4.1 Definición de la variable Clima Organizacional

Para los investigadores (Jáuregui & Louffat, 2019), el clima organizacional es un atributo de la organización y se mide mediante la percepción individual, la precisión de esta percepción debe validarse con medidas objetivas externas de la situación o contra el consenso de las percepciones. Estas percepciones pueden ser inexactas, al ser compartidas y apoyadas por los miembros de la organización demuestran una importante influencia situacional. Es integrado porque incluye tanto la percepción psicológica como

organizacional. El clima organizacional se vincula con patrones de comportamiento, sentimientos y actitudes que identifican a una organización y se convierten en percepciones compartidas. Este ambiente incide en el comportamiento y la productividad de los colaboradores, quienes unen de forma cotidiana sus relaciones laborales. Cada individuo aprecia de una forma diferente el contexto en el que se desarrolla y esta percepción logra hacer figurar en el comportamiento de los colaboradores en una organización.

Para los autores (Robbins & Coulter, 2018), es la percepción invisible e intangible en donde los colaboradores perciben lo que sienten y experimentan dentro de una organización. Tiene que ver con todo aquello que los empleados aprecian. Aunque el trabajador tenga diversos antecedentes o laboren en diferentes niveles organizacionales todos buscan describir el clima organizacional en términos similares. El comportamiento de un colaborador no es una consecuencia de los factores organizacionales existentes, sino que estriba en las percepciones que tenga el colaborador de la organización. Para este autor la percepción constituye un proceso por el cual los individuos se ordenan e interpretan sus impresiones sensoriales tratando de darle un significado a su ambiente. Por lo tanto, desde la percepción de cada individuo es posible comprender la conducta de las personas, porque es sabido que los individuos se comportan de acuerdo a lo que perciben, por consiguiente, cada uno es capaz de dar una respuesta propia y única a la de los demás en función de cómo observe el estímulo.

Por otro lado, el reconocido investigador y autor de libros acerca de la administración de recursos humanos, (Chiavenato, 2018), arguye que el clima organizacional puede ser determinado como las cualidades o propiedades del ambiente laboral que son percibidas o experimentadas por los trabajadores de la organización y por lo tanto tienen una atribución directa en los comportamientos de los colaboradores. De igual forma trata de especificar como el clima organizacional está vinculado con la motivación de los empleados de la organización. Cuando los colaboradores están motivados en un ambiente agradable y acogedor, tienden a ser relevante y brindar relaciones de satisfacción en su desempeño entre los participantes. Sin embargo, cuando la motivación entre los participantes está en descenso, ya sea por diferentes situaciones que frustran las necesidades individuales, el clima organizacional se reduce, con tendencia a la baja en el rendimiento de sus trabajadores y se identifica por diferentes cambios entre ellos, desinterés, insatisfacción, falta de concentración en sus labores y en casos extremos por violar reglamentos dentro de la organización.

Para la autora (Münch, 2018), el clima organizacional se encuentran necesidades afectuosas como la asociación, participación y aceptación en el grupo de trabajo; dentro de estas necesidades se encuentran latentes la amistad, el afecto y la consideración. Se subsanan a través de diferentes actividades de confraternidad, culturales y recreativas, dentro de la formación de equipos de trabajo. La gestión administrativa incluye también conocimientos de tipo humanístico para establecer el clima organizacional más apropiado para trabajar en equipo y relacionarse con todo personal de trabajo, como influye el clima organizacional en la satisfacción de las necesidades principales de los colaboradores, así

como un conjunto de medios o condiciones que beneficien su desarrollo en el aspecto económico, moral y espiritual. Los valores funcionan como un factor importante en la vida de los seres humanos, en donde potencia en cada uno de sus integrantes el respeto mutuo, y así promover el trabajo en equipo con eficiencia. Las organizaciones deben centrarse en el bien común de cada individuo, en donde las personas estén a gusto, con total confianza y libertad de formular sus diferentes opiniones sin el temor a ser rechazados.

Para el autor (Uribe, 2015), el clima organizacional es el resultado de un conjunto de interpretaciones que realizan los miembros de una organización y que logran un impacto en sus actitudes y motivación. El CO es considerado como una característica que brinda cierta estabilidad en la calidad del ambiente interno, y que es ejercitada por sus colaboradores influyendo en la conducta, pudiendo ser puntualizada en términos de valores dentro de un conjunto de características o atributos de la organización.

1.4.2 Estructura organizacional

Según la autora (Perez, 2021), una estructura organizacional define los métodos y procedimientos al interior de las organizaciones. No son sólo organigramas forjados en un papel; es el ADN que está impreso en todo nivel y departamento. En ellas se manifiestan los grados de autoridad y responsabilidad, así como la interacción entre las diferentes jerarquías de las organizaciones. En un plano general, existen dos tipos de estructuras: centralizadas, aquellas que prevalecen las figuras y los cargos directivos por

encima del resto de los colaboradores; y descentralizadas, los cargos delegan las responsabilidades en niveles intermedios o bajos. Ante la necesidad de optimizar los procesos internos, se presentan tipos de estructuras aplicables tanto a empresas grandes como a startups que recién estén iniciando sus actividades en el campo comercial.

1.5. Teorías vinculadas al Clima Organizacional

En correspondencia a las teorías sobre el clima organizacional existen muchas orientaciones al respecto siendo las más reconocidas la teoría de Rensis Likert, la teoría de Litwin & Stringer y la teoría de Rodriguez.

1.5.1 Teoría de Rensis Likert (1962)

Según los autores (Iglesias, Torres, & Mora, 2019), en su investigación hacen referencia a la Teoría de Likert, en donde el autor nos especifica el clima organizacional, de qué manera se comporta el individuo en su ambiente de trabajo, si obedece de forma directa del comportamiento organizacional y de las condiciones laborales que son observadas por los trabajadores, la motivación es una actitud importante en las personas en donde ellos se sientan cómodos y seguros en su puesto de trabajo. Clasifica a variable en tres diferentes dimensiones, así como: Variables causales, variables intermedias y variables resultantes. La primera está relacionada a la estructura organizativa de la compañía, el método en que se toman las decisiones, la competitividad entre otros. Las variables intermedias pertenecen al funcionamiento interno de la compañía, como se localiza el grado de motivación al personal, el desempeño laboral, la comunicación

interna es relevante para manejar las relaciones inter personales. Finalmente, las variables resultantes son el efecto de las dos primeras variables, son la consecuencia de estas primeras y se fortifican en la productividad, rentabilidad, las utilidades, etc. Esta teoría se funda en el enfoque causa- efecto y se encuentra sujeta a factores tangibles, de tal manera que cuando un trabajador ocupe un rol dentro de la compañía, su actitud obedecerá a como haya observado la situación.

1.5.2 Teoría Litwin & Stringer (1968)

Los autores describen el clima organizacional como la reunión de propiedades que especifican el ambiente en donde un colaborador trabaja y que pueden ser medidas, de la misma forma son observadas de manera directa o indirecta por el mismo personal que trabaja dentro de la empresa y que interviene en la motivación y el comportamiento humano. Esta teoría traza una visión del clima organizacional tomando como base principal el entorno y como este interviene en el trabajador. Esto nos define en 9 dimensiones para explicar el clima organizacional: Estructura, responsabilidad, recompensa, desafío, relaciones, cooperación, estándares, identidad y conflictos. Cada dimensión genera un resultado en el trabajador, es importante prestar atención a los factores que intervienen en el clima organizacional.

1.5.3 Teoría del Clima Organizacional Rodríguez (1999)

Según (Rodríguez, 2005) describe el clima organizacional como el conjunto de cualidades, dentro de un entorno, donde se desarrollan las interacciones humanas del

colaborador, asimismo es la forma cómo se trabaja en ella, proporcionando la idea de cómo se manifiesta la cultura empresarial de una entidad. La importancia de este argumento reside en los resultados cualitativos y cuantitativos que es el efecto del trabajo en conjunto de directivos, empleados y personal en general. Si una entidad presenta problemas en el clima laboral habrá repercusiones negativas en los resultados. El autor formula que el clima organizacional describe a los conocimientos compartidos por los miembros de una organización en relación al trabajo basado en la comunicación, el ambiente físico en que éste se da, las relaciones interpersonales que tienen lugar en torno a él y las diversas ordenaciones formales que afectan dicho trabajo que originan el involucramiento y la recompensa que debe basarse en una remuneración apropiada, digna y justa, en sí, el nivel de aprobación de los sistemas de recompensas prevalentes y el reconocimiento de la relación existente entre labor y remuneración.

1.6. Definición de las dimensiones

1.6.1 Comunicación

Para el autor del libro “Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones”, (Chiavenato, 2018), el proceso de la comunicación es necesario cuando es ineludible notificar señales o mensajes, lo cual requiere que la fuente repase y decodifique sus ideas con palabras o símbolos para entenderlos e interpretarlos como ideas o significados. La comunicación se hará positiva y se comprobará su efectividad cuando el destinatario de este mensaje comprenda el mensaje. Es necesario comprender que la comunicación es en sí un proceso bidireccional que atañe a la retroalimentación.

Para el autor (Robbins & Coulter, 2018), la comunicación representa una actitud muy significativa dentro de un liderazgo global eficaz. Uno de los retos a nivel mundial en las organizaciones es hallar una forma de comunicación en común y de esta forma certificar una comunicación efectiva y con una correspondiente comprensión seria y vinculante con las culturas organizacionales. Cualesquiera de las barreras cognitivas que se encuentran presentes y que puedan obstaculizar la comunicación se contemplan: filtrado, sobrecarga de información, las emociones, diferencias culturales y la cultura nacional.

Para los autores (Túñez & Costa, 2014), la comunicación es un factor determinante en la compañía para alcanzar el éxito. A través de este mecanismo las organizaciones transmiten con mayor eficacia sus claves estratégicas y mejoras, ya que la comunicación favorece la imagen de la organización en su entorno público, internos y externos, de tal manera que alcanza notoriedad y una mejor posición en el mercado. De igual forma se ha llegado a entender que es una actividad verdaderamente emparentada con la competitividad y a la imagen de la organización, por lo que deben estar definidos y estructurados los objetivos, estrategia, acciones y público de interés

1.6.2 Relaciones interpersonales

Para el reconocido autor (Chiavenato, 2018), las relaciones interpersonales son entendidas como interacciones que buscan detallar algunas características como el trato, el contacto y la comunicación que se da entre las personas en diferentes momentos. Estas interacciones se dan cotidianamente con los miembros del equipo de trabajo. Las

dificultades que surgen en las relaciones inter personales generalmente son la falta de acuerdos claros y explícitos. En algunos casos los individuos no siempre manifiestan lo que estan pensando mencionando sus necesidades haciendose imprescindible reforzarla para consolidar una experiencia interpersonal efectiva.

Según los autores (Robbins & Coulter, 2018), establecen que, mediante las relaciones interpersonales se construyen las relaciones humanas, .que son, a su vez, las unidades sociales básicas de cualquier organización. Se emplea mucho en el desarrollo organizacional para de esta forma detallar los métodos de cambio enfocados en las personas y en la naturaleza y la calidad de las relaciones interpersonales.

El autor (Goleman, 2020), concibe a las relaciones interpersonales como un componente de la inteligencia emocional interpersonal, por lo tanto es la destreza para comprender y manejar de forma competente las emociones ajenas, que se fraccionan en empatía y habilidades sociales.

1.6.3 Involucramiento

Para los autores (Robbins & Coulter, 2018), el involucramiento laboral es cuando el colaborador se identifica con su trabajo, lo que lo lleva a participar decididamente asumiendolo como un factor importante del desempeño laboral en su vida personal. Los empleados que tienen una alta participación laboral se identifican con su labor interesandose con su trabajo bajo una actitud positiva, contribuyendo eficazmente con la

organización. Se concluye que cuando se dan altos niveles de participación laboral, se producira menos ausentismo, las tasas de renuncia seran mas bajas y se generara un mayor involucramiento del empleador con su trabajo.

Para los autores (Gallegos & Orozco, 2018) el involucramiento se orienta más hacia la organización destacando las características auténticas del colaborador, que busquen promover su productividad laboral tratandod e hacerla efectiva de la mano con la satisfacción laboral. Ciertas condiciones organizacionales permiten beneficiar el involucramiento en el trabajo.

Para los autores (Pacheco, García, Cabello, Cortés & Juárez, 2013), el involucramiento en el trabajo es un proceso libre y participativo del trabajador en aquellas decisiones que inciden en su actividad productiva, empleando la capacidad total de los colaboradores, tratando de estimular el compromiso con la organización. Es un tipo de involucramiento en el trabajo inherente a ciertos aspectos de la vida laboral. Las formas de comportamiento, la interrelación de los procesos económicos, laborales, políticos y culturales, y el observación de las costumbres y formas de vida en el trabajo; permiten comprender ciertas conductas agrupadas a partir del sistema de valores y las normas determinadas para la actividad social elevando las ganancia partiendo del involucramiento de los colaboradores, en una dinámica que permite mantener una vigilancia sobre lo que ocurre en el centro de trabajo.

1.6.4 Escala remunerativa

(Chiavenato, 2018), señala que la remuneración la compone todo lo que el colaborador recibe como pago de la labor que realiza en una organización. Es el paquete de recompensas cuantificables que recibe por su trabajo. Cada colaborador está interesado en invertir su tiempo en el trabajo, dedicación y esfuerzo personal, conocimientos y habilidades, si por lo anteriormente mencionando se da una retribución conveniente.

Los autores (Jones & George, 2014), proponen que el sueldo se emplea para incentivar a los colaboradores que recién se integran a una organización, a los gerentes, operativos y los de nivel medio e incluso a los gerentes de alto nivel. El sueldo puede utilizarse para incentivar a los empleados a que tengan comportamientos favorables que beneficien a la organización en sus proyectos, así como para motivar a las personas que se encuentran fuera de la empresa a que ingresen y permanezcan en ella.

Para los autores (Robbins & Coulter, 2018), la implementación de una escala remunerativa adecuada y eficaz es un elemento clave del proceso de la administración de recursos humanos que permite contribuir, atraer y conservar al personal altamente competitivo y talentoso. Esta escala es muy importante Aporta a la organización para lograr los objetivos organizacionales. Se ha demostrado que el sistema de remuneración de una organización afecta su desempeño estratégico. Antiguamente las empresas eran mas proclives a ver la remuneración como una recompensa monetaria (salario base, prestaciones e incentivos), en cambio, las pequeñas empresas la interpretan como una

recompensa total. La remuneración dentro de su definición contiene aspectos como el reconocimiento y oportunidades de aprendizaje, así aprender, además de las recompensas monetarias (salario base e incentivos).

1.7. Definición de indicadores

1.7.1 Acceso a la información

(Fonquernie, 2015), contar con el acceso a la información es un medio valioso dentro de una empresa, por lo tanto un buen manejo puede marcar la discrepancia entre el éxito o el fracaso en una organización, ya que el éxito de una empresa no depende únicamente en la forma como la persona maneja sus recursos materiales, sino que también son considerados importantes los activos intangibles así como; el know-how (hacer como), el conocimiento de cliente y de mercado. Los sistemas de información son una pieza fundamental en la actualidad en donde las empresas manejan grandes cantidades de datos y puedan ser analizados con el propósito de encontrar información relevante en beneficio de la organización.

1.7.2 Canales de información

(Gómez, Salazar & Vargas, 2012), en los canales de información consisten en la aplicación de diversas tecnologías de proceso, ponen en evidencia la importancia de las discrepancias en el acceso a canales de información con la finalidad de explicar la propagación de la tecnología sugiriendo la necesidad de reunir una visión más afectada de la difusión de la información.

1.7.3 Comunicación interpersonal

(Gonzales, 2017). Cuando se interactúa con otra persona se lleva a cabo una comunicación interpersonal, de tal manera que se estimula el significado en otra persona, ejecutándose mediante formas verbales y no verbales. Existe un gran aumento de reacciones, no hay tanta insuficiencia de pre-estructurar los mensajes porque es una comunicación concurrente, en el cual los colaboradores cambian el papel de emisor y receptor.

1.7.4 Adaptación al entorno

Para los autores (Duque & Garzon, 2015), la adaptación al entorno se basaba principalmente en el desarrollo industrial, a una sociedad mediada por TIC, donde el conocimiento y la información forman un papel sobresaliente, las empresas como construcción social deben adecuarse, para promover grandes cambios en los modelos de negocio, estructuras organizacionales y relaciones con el entorno, entre otros, en procura de identificar estrategias para implantar de manera victoriosa internamente de la economía de la información.

1.7.5 Comportamiento ético

Para (Giner, 2021), la ética es un valor que está presente diariamente en diferentes ámbitos, asimismo en los negocios. Marcar las directrices de toda actuación, es un principio básico que las organizaciones tienen que asumir tratando de impulsar un

comportamiento ético y moral entre sus trabajadores, con el fin de beneficiar la interrelación entre individuos, compañía y la sociedad.

1.7.6 Manejo de conflictos

(Chiavenato, 2018), es la forma de resolver un conflicto, influyendo en los resultados constructivos que este provoque en los futuros incidentes del mismo. Los conflictos pueden conseguir que un equipo se conserve factible autocrítico y creativo, si un grupo no afronta ninguna disconformidad está expuesto a volverse estático y va a depender de las habilidades utilizadas para resolver la situación entre las partes.

1.7.7 Compromiso con la organización

Según los autores (Robbins & Coulter, 2018), el compromiso organizacional es un elemento fundamental y es concebido como un conjunto de impresiones y/o creencias relativas de los colaboradores en donde se ven reflejados en la organización. El compromiso organizacional reúne otros aspectos vinculados con el estima afectivo a la empresa, por lo que perciben los colaboradores incorporados en abandonar la empresa y al mismo tiempo sienten la obligación de pertenecer en ella. Contar con trabajadores que presentan un gran compromiso organizacional, alcanzara muchas ventajas sobre los competidores en el rubro empresarial

1.7.8 Funcionamiento del trabajo en equipo

Para (Olaz, 2016), el trabajo en equipo es un mecanismo aglutinador y unifica la flexibilidad, iniciativa, motivación, capacidad de aprendizaje, disposición en la

realización de las tareas que son factores muy importantes en el mundo laboral. El equipo de trabajo implica lograr triunfos en beneficios de un conjunto de individuos. Es necesario realizar un seguimiento para conocer cuales son sus puntos fuertes y debilidades de un colaborador, con el fin de ver como se desenvuelve cada persona ante cualquier dificultad.

1.7.9 Estímulo personal en el cumplimiento de labores

Para (Towers, 2018), el estímulo personal hace mención a la capacidad que maneja una empresa, por lo que debemos mantenerlos comprometidos a todos sus colaboradores con el objetivo de alcanzar su mayor rendimiento en una organización. Para mantener el estímulo personal, el líder tiene una de las tareas más importantes en su función, la de liderar al equipo, tener los objetivos definidos y fomentar las habilidades de cada uno de los integrantes de los equipos de trabajo, orientando al equipo de forma efectiva hasta que alcancen sus metas.

1.7.10 Remuneración

(Chiavenato, 2018), menciona la remuneración así como: “El estímulo que el colaborador recibe a cambio de sus labores que viene desarrollando en una organización”.

1.7.11 Incentivo remunerativo

Según (Chiavenato, 2018), precisa que el incentivo remunerativo es un sistemas de estímulos y premios que la compañía establece con el fin de motivar y recompensar al personal que labora en ella.

1.7.12 Bonificaciones

Según (Herrera, 2014), como las organizaciones incentivan a los colaboradores para retener talento, las empresas peruanas hacen mayormente el uso de los bonos de productividad, de permanencia o de firma de contrato. Ante ello, es importante la formación de grandes profesionales en donde exista un equilibrio en lo que el mercado exige o demanda.

1.8. Formulación del problema

1.8.1 Problema general

¿Cuáles son los factores que intervienen en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019?

1.8.2 Problemas específicos

- a) ¿La comunicación es un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019?
- b) ¿Las relaciones interpersonales son un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019?
- c) ¿El involucramiento es un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019?
- d) ¿La escala remunerativa es un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019?

1.9. Objetivos

1.9.1 Objetivo general

Describir los factores que intervienen en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019.

1.9.2 Objetivos específicos

- a) Describir la comunicación como un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019.
- b) Describir las relaciones interpersonales como un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019.
- c) Describir el involucramiento como un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019.
- d) Describir la escala remunerativa como un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

Para el investigador (Nava & Monroy, 2018), la metodología de la investigación es definida como una serie de métodos para solucionar dificultades cuyas soluciones se logran utilizando un conjunto de procedimientos lógicos tomando como inicio datos objetivos.

2.1 Tipo de investigación

2.1.1. Enfoque cuantitativo

Para los investigadores (Hernández & Mendoza, 2018), una investigación es de enfoque cuantitativo, porque contiene una disposición secuencial y racional de un estudio con carácter metodológico y está orientado a la realidad objetiva, por lo que se recolecta datos en la investigación, por lo tanto es probatorio, de esta manera se busca patrones de comportamiento, en el caso específico, en la empresa del rubro editorial. En este tipo de investigación lo que se hace es medir la variable en un determinado ámbito; de esta forma se podrán analizar las mediciones alcanzadas (como los métodos estadísticos) y por consiguiente se elaborarán conclusiones de acuerdo a los resultados logrados.

2.1.2. Nivel descriptivo

Para los autores: (Perez & Seca, 2020), el alcance descriptivo de una investigación busca caracterizar al objeto de estudio, por lo que es preciso referirla con toda la información disponible acerca del fenómeno, extrayendo los datos para analizarlos.

Para los autores (Hernández & Mendoza, 2018), la investigación descriptiva busca definir propiedades y características de conceptos y fenómenos dentro de un contexto determinado. Asimismo trata de indagar y definir la variable caracterizándola dentro del planteamiento referido. Recolectan datos y alcanzan información sobre diversos conceptos del fenómeno a investigar.

Para el autor (Santiesteban, 2014), los estudios descriptivos tratan de detallar las propiedades más destacables de grupos de personas y comunidades que se busca poner en claro. En un estudio descriptivo se elige una serie de argumentos midiéndola independientemente. Para fines de este estudio el tipo de investigación será cuantitativo de nivel descriptivo.

2.2 Diseño de investigación

2.2.1 Diseño transversal

Los autores (Hernández & Mendoza, 2018), sostienen que el diseño transversal tiene como propósito recolectar datos dentro de un periodo de tiempo determinado. Este diseño busca representar la variable en un grupo de casos (muestra o población), tratando de analizar su incidencia dentro de un periodo de tiempo explícito y en un lugar específico.

(Santiesteban, 2014), enfatiza que con el propósito de reducir el período de adquisición de los resultados, el investigador maneja una muestra de individuos que se hallan en distintos niveles de desarrollo. La recolección de los datos puede perdurar poco

tiempo, los resultados brindan una descripción del desarrollo de la información dentro de un periodo de tiempo determinado.

2.2.2 Estudio no experimental

Los autores (Hernández & Mendoza, 2018), argumentan que el estudio no experimental es un tipo de estudio que se lleva a cabo sin un manejo premeditado de la variable y en la que solamente se observa el fenómeno de estudio en su entorno natural.

Para el autor (Kerlinger, 2002), la investigación no experimental es un ejemplo de investigación en la que es improbable manipular variables o fijar aleatoriamente a los individuos o a las condiciones. Se observa la realidad en su forma como se evidencia, sin efectuar ningún cambio en la misma, y sin llevar a cabo alguna modificación que pueda ser oportuna al propósito del estudio.

Esta investigación es de carácter no experimental, con diseño transversal y se concentrará en describir la variable clima organizacional y su atribución en un momento específico.

Tabla 1
Matriz de Operacionalización de la variable Clima Organizacional.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO	ESCALA
Clima organizacional	Para los autores (Robbins, & Coulter, 2018), es la percepción invisible e intangible que los colaboradores perciben con base en lo que experimentan dentro de la organización. Tiene que ver con todo aquello que los empleados perciben.	Son las dimensiones que se perciben en el clima organizacional dentro del ámbito del área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima y que son: comunicación, relaciones interpersonales, involucramiento y escala remunerativa y que han sido medidos con una Escala Ordinal de Likert	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a la información • Canales de información • Comunicación interpersonal 	1, 2, 3	Cuestionario	Ordinal
			Relaciones interpersonales	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptación al entorno • Comportamiento ético • Manejo de conflictos 	4, 5, 6		
			Involucramiento	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso con la organización. • Funcionamiento del trabajo en equipo. • Estímulo personal en el cumplimiento de labores. 	7, 8, 9		
			Escala remunerativa	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivo remunerativo • Remuneración • Bonificaciones 	10, 11, 12		

Fuente: Elaboración propia

2.3 Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

De acuerdo con lo expresado por los autores (Hernández & Mendoza, 2018), la población es el conjunto de todos los casos que lo conforman con explícitas descripciones. Las poblaciones deberían ubicarse perceptiblemente por sus características de contenido, lugar y tiempo. Para el siguiente trabajo se considera como población objetivo todos los colaboradores de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú. El tamaño de esta población es de 120 colaboradores.

Muestra

Teniendo en cuenta lo manifestado por los autores (Hernández & Mendoza, 2018), la muestra es un sub grupo de la población dentro de la cual se recolectarán los identificaciones adecuados y debe ser representativa de la población.

Muestreo no probabilístico

Para (Hernández & Mendoza, 2018), en la muestreo no probalístico, la eleccion de la unidad de analisis no depende necesariamente de la probabilidad, sino de motivos relacionados con las características y el entorno del estudio. El procedimiento no es estrictamente parametrado o en base en una formula de probabilidad sino que pende de la eleccion y criterio del investigador.

El muestreo no probabilistico por conveniencia esta conformado por 42 participantes que pertenecen al área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el

año 2019, que laboran en el horario de oficina en un sólo turno: de 7 am a 5.15 pm., y que manejan directamente las labores de publicaciones, impresión de calendarios, agendas, textos, acabados de textos y trabajos externos como: volantes afiches, libretas, bolsas, cajas para leche, etiquetas. Las edades de los individuos comprendidos en la muestra fluctúan entre los 20 y 45 años, el 20% de la muestra son parte del grupo de sexo femenino y un 80% de sexo masculino.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Encuesta: para los investigadores (Hernández & Mendoza, 2018) la encuesta la definen como “Cuestionarios que influyen a todos los ítems que fueron manifestados como consentimiento, esto servirá para medir la reacción de las personas por medio de diferentes categorías” (p.186).

Según los investigadores (Hernández & Mendoza, 2018), el cuestionario es el mecanismo más empleado para la recolección de datos y que están compuestos por un conjunto de preguntas en relación a la variable a medir. Se utilizó la Escala de tipo Likert sirve para medir las actitudes de los integrantes de la muestra.

En este sumario de recolección de datos se aplicó el cuestionario denominado encuesta, el cual fue diseñado tomando como base 12 ítems que están relacionados con las dimensiones e indicadores de la variable de investigación. Los ítems de este cuestionario fueron validados prudentemente por docentes expertos en el tema de la Satisfacción del cliente de la Universidad Privada del Norte. Según los autores (Hernández & Mendoza, 2018),

manifestaron que la validez, se enlaza como el grado en que un instrumento calcula la variable que se procura deducir.

En lo relacionado con la recolección de datos para este estudio se ha diseñado una encuesta denominada “Cuestionario acerca del Clima Organizacional” como parte de este proceso se les solicitó a los colaboradores que respondiesen a las preguntas que a continuación se les presentan, informándoles que estos datos serán de gran utilidad para la investigación.

Escala de Likert.

Para el autor (Matas, 2018), la escala de Likert es un instrumento psicométrico diseñado de tal forma que el encuestado podrá revelar su acuerdo o desacuerdo acerca de una afirmación o ítem, la que se ejecuta a través de una escala ordenada y unidimensional y se diseñan de medida ordinal.

El instrumento escogido para esta investigación ha sido el cuestionario conformado por 12 ítems medido por la escala de Likert la cual está dispuesta de acuerdo a un grupo de preguntas vinculadas a la variable clima organizacional y cuya utilidad es la de obtener información que pueda ser medible. Los ítems que componen el cuestionario han sido diseñados tomando en cuenta los objetivos de este estudio, y considerando las dimensiones de la variable, por consiguiente, se discurrieron las alternativas; totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, de acuerdo, totalmente de acuerdo, para subsiguientemente examinar los datos derivados y así formular resultados a través de datos descriptivos

Encuesta acerca del Clima Organizacional

Comunicación

1. ¿La información de interés para todos llega de manera oportuna a mi persona?
2. ¿Las reuniones de coordinación con los miembros de otras son frecuentes?
3. ¿Existe una buena comunicación entre mis compañeros de trabajo?

Relaciones interpersonales

4. ¿En el equipo de trabajo, usted puede expresar su punto de vista, aun cuando contradiga a los demás miembros?
5. ¿Las normas y principios éticos de su organización son claras y facilitan las relaciones interpersonales en su equipo de trabajo?
6. ¿Mantiene usted buenas relaciones con los colaboradores de su equipo de trabajo?

Involucramiento

7. ¿Usted al cumplir con las metas establecidas contribuye con el éxito en la organización?
8. ¿Cada integrante del equipo de trabajo se considera asimismo como un factor clave para el éxito de la organización?
9. ¿Percibe usted que los encargados de área de la empresa se preocupan por mantener elevado el nivel de motivación e involucramiento del personal?

Escala remunerativa

10. ¿Existen incentivos laborales que lo motivan a realizar mejor sus actividades en su puesto de trabajo?

11. ¿El sueldo que percibe satisface sus necesidades básicas?
12. ¿Las bonificaciones son adecuadas en relación con el trabajo que realiza?

2.4.1 Validez del instrumento

Como lo hace notar (Martinez, 2020), la validez del constructo se reseña como la forma en que un instrumento simboliza y mide un concepto teórico. Dicho con palabras de (Prieto & Delgado, 2010), la validez podrá utilizarse para diferenciar teorías científicas con el manejo del método hipotético-deductivo; así como representar un marco integral para obtener pruebas de validez; el cual se vincula con la validez de contenido y de criterio.

Los especialistas de la Universidad Privada del Norte que participaron con sus aportes en la validación del instrumento fueron: Mg. Mónica Regalado Chamorro, Mg. Colomer Winter Adrián y Mg. Katherine Saavedra Rossel.

2.4.2 Confiabilidad

La confiabilidad es especificada por los autores (Hernández & Mendoza, 2018), como la solidez de las puntuaciones alcanzadas por las mismas personas que están comprendidas en la muestra cuando se las examina en diferentes ocasiones con el mismo instrumento. El valor obtenido para el coeficiente permite expresar que, en la prueba piloto, el instrumento alcanzó una muy alta o elevada confiabilidad.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,852	12

Fuente: Elaboración propia

Para este instrumento contemplado para este estudio se ha determinado una confiabilidad en 0,852 mediante la prueba estadística Coeficiente de confiabilidad alfa de Cronbach, en vista de las posibilidades de respuesta de sus ítems eran múltiples por lo que se le considera aceptable el instrumento para el presente estudio.

2.5 Procedimiento y análisis de datos

La presente investigación se desarrolló de la siguiente manera:

- Se planteó las bases teóricas para llegar a conocer de qué manera se procesará el tema de investigación. Se indagó acerca de diversos trabajos de investigación en diferentes repositorios con el objetivo de encontrar más información que pueda ayudar a la mejora de la presente investigación.
- Se contextualizó el tema de investigación y se revisaron los métodos que emplearon en estos antecedentes.
- Una vez conseguida la información fue ineludible iniciar la recolección de los datos de acuerdo a los lineamientos del diseño de investigación, por lo que la autora escogió la técnica más apta para la captación de la información y los recursos para registrarlos.

- Por las características de la unidad de análisis se manejó la técnica de la encuesta con la aplicación de un instrumento. Esta técnica se llevó a cabo una sola vez por medio del cuestionario.
- Se desarrollaron los ítems del cuestionario de la encuesta, los mismos que están vinculados a las dimensiones abordadas de acuerdo al objetivo general.
- Estas encuestas fueron validadas por tres especialistas de la Universidad Privada del Norte que ayudaron a que los ítems sean más objetivos y que estuvieran argumentados y de acuerdo a la necesidad de dar rigor científico su validación del instrumento de medición.
- Se conversó con un total de 42 colaboradores para el desarrollo de las encuestas.
- Se usó el programa de SPSS 25 de IBM para el análisis descriptivo de frecuencias y porcentajes.
- Se empleó el programa Microsoft Excel 2016 donde se elaboraron las tablas, gráficos y los análisis de los datos procesados, con el propósito de plantear las discusiones y conclusiones dentro de la presente investigación.

2.6 Aspectos éticos

La autora de la presente investigación consideró como parte fundamental, los siguientes aspectos: que en las citas y referencias bibliográficas en donde prevalece el respeto a los autores citados en este estudio. De igual forma se pudo contar con el consentimiento de cada uno de los participantes considerados en la muestra para el cuestionario, así como también, se estableció un dialogo agradable con las personas relacionadas al estudio con el propósito

de crear un ambiente de cordialidad. Es oportuno manifestar que se dio la reserva y la confidencialidad en la protección a la identidad de los participantes en el cuestionario. Este trabajo se realizó con total honestidad en la elaboración de los resultados adquiridos, sin alterar ninguna cifra en los resultados mostrados.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

En el presente capítulo, se presentan los resultados derivados de la aplicación del cuestionario a los colaboradores que laboran en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019. Se evaluó la variable clima organizacional en sus 4 dimensiones.

Objetivo general: Describir los factores que intervienen en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019.

Tabla 2 *Resumen de los resultados del Clima Organizacional*

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR	PORCENTAJE
Clima organizacional	Comunicación	Acceso a la información	92.90%
	Relaciones interpersonales	Comportamiento ético	92.98%
	Involucramiento	Compromiso con la organización	94.05%
	Escala remunerativa	Remuneración	69.05%
TOTAL			87.00%

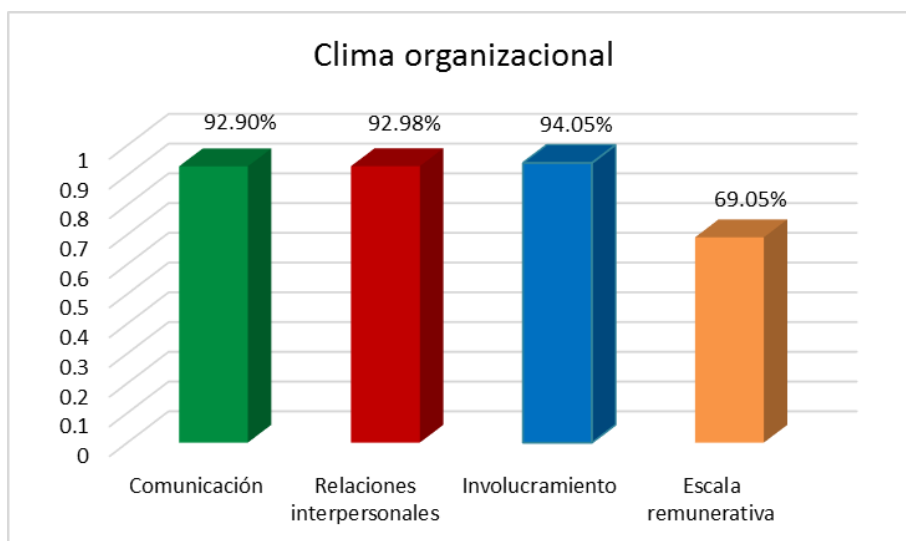


Figura 1. *Resumen de resultados de la Comunicación Interna*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Los resultados luego de evaluar la variable clima organizacional a través de sus cuatro dimensiones se ha podido encontrar que la dimensión involucramiento, en su indicador compromiso con la organización, obtuvo una mayor calificación con un porcentaje de 94.05%; le sigue la dimensión relaciones interpersonales, en su indicador comportamiento ético, alcanzó una valoración de 92.98%; a continuación, la dimensión comunicación, en su indicador: acceso a la información con una valoración de 92.90% y finalmente la dimensión escala remunerativa, en su indicador remuneración, con una valoración de 69.05%.

DIMENSIÓN: COMUNICACION

Tabla 3
Frecuencia y porcentaje de la dimensión comunicación

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	2.4%
En desacuerdo	2	4.8%
No sabe/ No opina	0	0%
De acuerdo	23	54.8%
Totalmente de acuerdo	16	38.1%
Total	42	100%

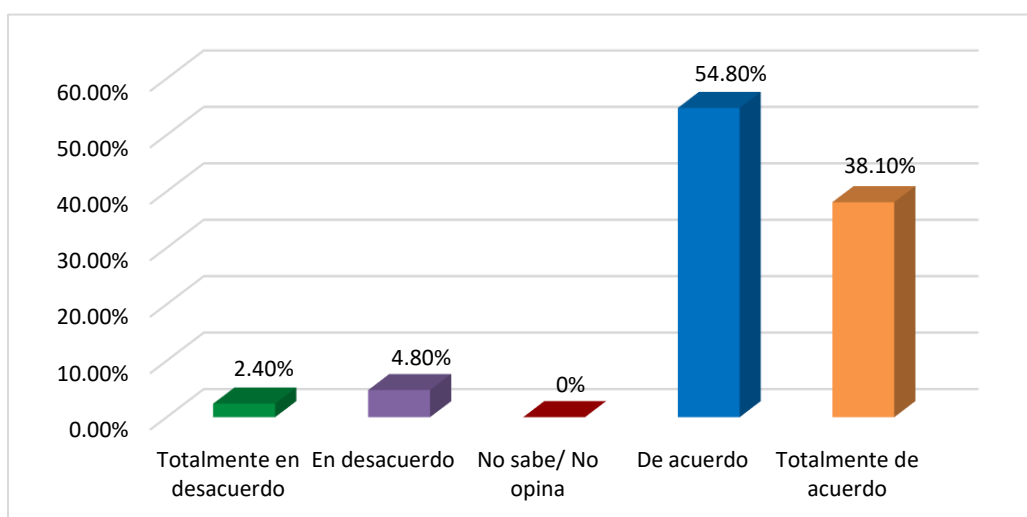


Figura 2. *Porcentaje de buena comunicación entre los compañeros de trabajo*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De un total de 42 colaboradores encuestados, se ha encontrado que el 2.4% de los colaboradores precisaron estar totalmente en desacuerdo en que existe una buena comunicación entre sus compañeros de trabajo; el 4.8% está en desacuerdo; el 54.8% mencionaron estar de acuerdo y un 38.1% indicaron estar totalmente de acuerdo. Se encontró una posición favorable en aseverar que la buena comunicación entre los compañeros de trabajo del área porque se da una coordinación en base a mensajes claros y precisos dentro del tiempo de labores porque se puede conversar en forma abierta lo que estimula la productividad de la empresa.

DIMENSIÓN: RELACIÓN INTERPERSONAL

Tabla 4

Frecuencia y porcentaje de la dimensión relación interpersonal

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	2.4%
En desacuerdo	2	4.8%
No sabe/ No opina	3	7.1%
De acuerdo	26	61.9%
Totalmente de acuerdo	10	23.8%
Total	42	100%

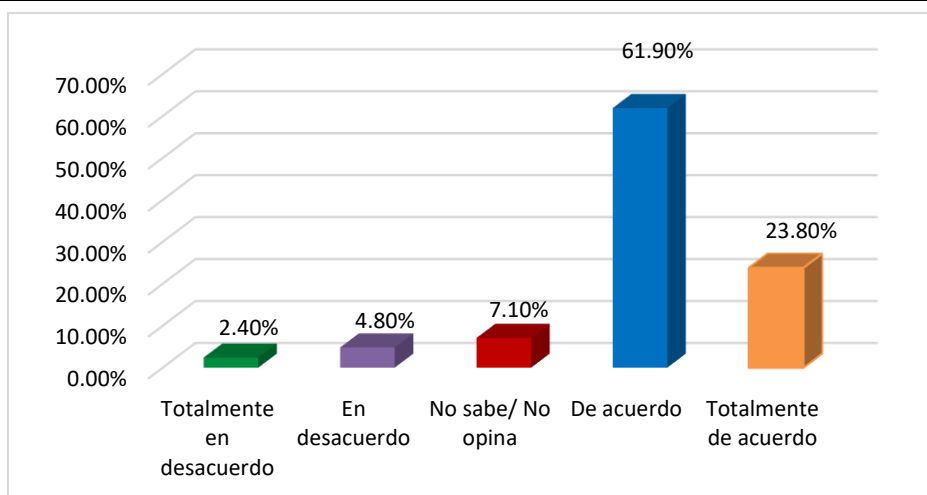


Figura 3. *Porcentaje de normas y principios éticos de la organización que facilitan las relaciones interpersonales dentro del equipo de trabajo*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De un total de 42 colaboradores encuestados, se ha encontrado que el 2.4% de los colaboradores revelaron estar totalmente en desacuerdo en que las normas y principios éticos de la organización son claras y facilitan las relaciones interpersonales dentro del equipo de trabajo; el 4.8% está en desacuerdo, el 7.1% no sabe, no opina, el 61.9% mencionaron estar de acuerdo y un 23.8% indicaron estar totalmente de acuerdo. Se encontró una posición favorable en afirmar que las normas y principios éticos que postula la organización son claros porque favorecen las relaciones interpersonales ya que el desempeño de cada colaborador depende en cierta medida de la aplicación de los principios que lo orientan y dirigen.

DIMENSIÓN: INVOLUCRAMIENTO

Tabla 5

Frecuencia y porcentaje de la dimensión involucramiento

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	7.1%
En desacuerdo	0	0%
No sabe/ No opina	0	0%
De acuerdo	18	42.9%
Totalmente de acuerdo	21	50.0%
Total	42	100%

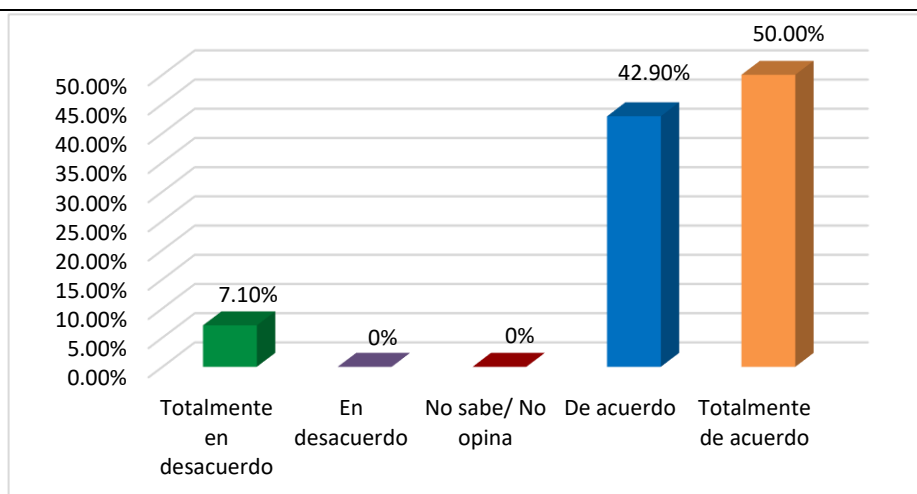


Figura 4. *Porcentaje de cumplimiento con las metas establecidas por la empresa que contribuyen con el éxito en la organización*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De un total de 42 colaboradores encuestados, se ha encontrado que el 7.10% de los colaboradores aseveraron estar totalmente en desacuerdo en considerar que contribuye con el éxito en la organización al cumplir con las metas establecidas por la empresa; el 42.9% aludieron estar de acuerdo y un 50.0% revelaron estar totalmente de acuerdo. Se encontró una posición favorable en aseverar que los colaboradores se sienten comprometidos con el cumplimiento de las metas organizacionales porque tienen como propósito lograr el desarrollo de la empresa.

DIMENSIÓN: ESCALA REMUNERATIVA

Tabla 6

Frecuencia y porcentaje de la dimensión escala remunerativa

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	7.1%
En desacuerdo	7	16.7%
No sabe/ No opina	6	14.3%
De acuerdo	19	45.2%
Totalmente de acuerdo	7	16.7%
Total	42	100%

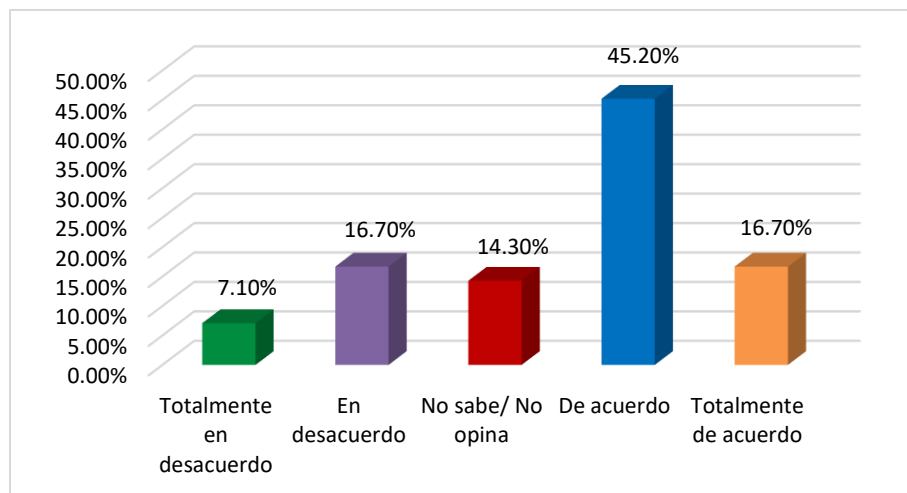


Figura 5. *Porcentaje de la percepción de satisfacción en donde el sueldo cubre las necesidades básicas*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De un total de 42 colaboradores encuestados, se ha encontrado que el 7.1% de los colaboradores precisaron estar totalmente en desacuerdo en que el sueldo que perciben satisface sus necesidades básicas; un 16.7% está en desacuerdo, el 14.3% no sabe, no opina, el 45.2% respondieron estar de acuerdo y un 16.7% mostraron estar totalmente de acuerdo. Se encontró una posición favorable en afirmar que sueldo que perciben les permite cubrir sus necesidades básicas dentro de su entorno familiar.

Resumen de resultados.

DIMENSIÓN: COMUNICACION	DIMENSIÓN: RELACIONES INTERPERSONALES	DIMENSIÓN: INVOLUCRAMIENTO	DIMENSIÓN: ESCALA REMUNERATIVA
<p>En relación con el primer objetivo específico: Describir la comunicación como un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019, los resultados obtenidos de la encuesta en la dimensión comunicación, en el indicador acceso a la información, se manifiesta una posición muy alta dentro de una tendencia favorable, con un acumulado del 92.90%.</p>	<p>En relación con el segundo objetivo específico: Describir las relaciones interpersonales como un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019. los resultados obtenidos de la encuesta en la dimensión relaciones interpersonales, en el indicador comportamiento ético, se evidencia una posición muy alta dentro de una tendencia favorable, con un acumulado del 92.98%.</p>	<p>En relación con el tercer objetivo específico: Describir el involucramiento como factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019. los resultados obtenidos de la encuesta en la dimensión involucramiento en el indicador compromiso con la organización, se evidencia una posición muy alta dentro de una tendencia favorable, con un acumulado del 94.05%.</p>	<p>En relación con el cuarto objetivo específico: Describir la escala remunerativa como factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019. los resultados obtenidos de la encuesta en la dimensión escala remunerativa, en el indicador remuneración, se evidencia una posición alta dentro de una tendencia favorable, con un acumulado del 69.05%.</p>

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

En lo referente al objetivo general de la presente investigación: describir los factores que intervienen en el clima organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019, siendo las dimensiones discutidas: comunicación, relación interpersonal, involucramiento y escala remunerativa; se halló que la dimensión involucramiento, en su indicador compromiso con la organización, obtuvo una mayor calificación con un porcentaje de 94.05%; le sigue la dimensión relaciones interpersonales, en su indicador comportamiento ético, alcanzó una valoración de 92.98%; a continuación, la dimensión comunicación, en su indicador: acceso a la información con una valoración de 92.90% y finalmente la dimensión escala remunerativa, en su indicador remuneración, con una valoración de 69.05%. En relación a estos resultados se manifiesta que existe un elevado compromiso de los colaboradores del área de producción con la empresa, en virtud de que manifiestan un propósito en común y que es alcanzar el desarrollo sostenible de la empresa editora.

El presente resultado general encuentra respaldo por lo sostenido por los autores (Jáuregui & Louffat, 2019), para quienes el clima organizacional se enlaza con patrones de comportamiento, emociones y cualidades que definen a una organización y se convierten en percepciones compartidas entre sus integrantes. Este ambiente que se conforma prevalece en el comportamiento y la productividad de los colaboradores, quienes unen esfuerzos de forma diaria en sus relaciones laborales y por el reconocido investigador (Chiavenato, 2018), quien

alude que los colaboradores se encuentran motivados cuando perciben un ambiente agradable, brindando relaciones de satisfacción en su desempeño con los demás miembros de la organización por lo que el compromiso se fortalece. Por otro lado, cuando la motivación entre los participantes disminuye por distintas situaciones el clima organizacional tiende a bajar afectando la productividad de los colaboradores.

En lo relacionado a la dimensión comunicación, en los resultados obtenidos en la presente investigación, en la tabla 3 (p. 48) se encontró que el 54.8% de los colaboradores encuestados mencionaron estar de acuerdo y un 38.1% indicaron estar totalmente de acuerdo en manifestar que existe una buena comunicación entre los compañeros de trabajo del área y esto sucede porque existe una coordinación que consiste en la emisión de mensajes claros y puntuales dentro de la jornada de labores y que se manifiesta dentro de una libertad para expresar puntos de vista en forma abierta lo que estimula la productividad de la empresa. Por otro lado, se hallaron diferencias con el estudio de (Castro, 2020), quien encontró que el 56.7% de los encuestados en su estudio manifestaron estar de acuerdo en que la información es compartida con todos los involucrados en el tema y un 16.7% contestó estar totalmente de acuerdo, por otro lado, (Aguirre, Corral, Gonzales, Ledesma & Muñoz, 2017), en su investigación hallaron que para el intercambio de información y la involucración al cambio, ambos grupos, asistencial con un 2.16 y administrativo 1.50, considerados en su estudio se perciben como insatisfechos, lo cual sugiere la falta de compromiso al cambio de las directivas y del personal administrativo. Estos resultados generan una implicancia con lo manifestado por el reconocido investigador (Chiavenato, 2018), quien sostiene que el proceso de la comunicación es necesario al momento de emitir o notificar información a

través de los mensajes, lo que exige que la fuente decodifique las ideas en palabras o símbolos entendibles para su posterior y efectiva interpretación; y por lo manifestado por (Fonquernie, 2015), quien expresa que los sistemas de información que se emplean en las organizaciones son esenciales en la actualidad, ya que las empresas manipulan una enorme cantidad de data y que ante la necesidad de ser analizados, se pueda encontrar información relevante que facilite la toma de decisiones.

En lo referente a la dimensión relaciones interpersonales y la variable clima organizacional, en los resultados obtenidos en la presente investigación, en la tabla 7 (p. 49), el 61.9% de los colaboradores encuestados señalaron estar de acuerdo y un 23.8% indicaron estar totalmente de acuerdo en afirmar que las normas y principios éticos que postula la organización son claros y en cierta medida benefician las relaciones interpersonales ya que el desempeño de cada colaborador depende de la aplicación de los principios que los orientan y dirigen, son en parte una guía de conducta entre los miembros del equipo de trabajo. Por otro lado, se hallaron coincidencias con el estudio de (Requejo, 2017), quien encontró en su trabajo en la dimensión conflicto y cooperación, en su indicador relaciones interpersonales, que un 58% de los encuestados percibe que en este punto, el clima se encuentra por mejorar, 38,9% lo considera saludable y 3,1% lo percibe no saludable; de igual forma, en el estudio de (Flores, 2019), se descubrió que el porcentaje de satisfacción del personal de servicio en referencia a las relaciones interpersonales es del 89.7%.

Estos resultados mencionados líneas arriba encuentran respaldo con lo sostenido con Goleman (2020), quien como lo hace notar considera que las relaciones interpersonales son

un factor muy esencial de la inteligencia emocional interpersonal, y que es visto como la destreza para empatizar, comprender y operar en forma competentemente las emociones ajenas y lo señalado por (Giner, 2021), quien revela que la ética es un valor que se manifiesta en todos los ámbitos incluido en el entorno organizacional en forma recurrente, dando las pautas para todo comportamiento, siendo un principio primordial en las organizaciones que tienen como propósito promover un comportamiento ético y moral entre sus colaboradores, con la intención de favorecer la interrelación entre individuos, compañía y la sociedad.

En lo concerniente a la dimensión involucramiento y la variable clima organizacional, en los resultados obtenidos en la presente investigación, en la tabla 9 (p. 50), el 42.9% de los encuestados manifestaron estar de acuerdo y un 50.0% revelaron estar totalmente de acuerdo en aseverar que se sienten comprometidos con el cumplimiento de las metas organizacionales porque asumen como propósito alcanzar el desarrollo de la empresa.

En la comparación de los resultados de los antecedentes de la presente investigación, se hallaron discrepancias con el estudio de (Castro, 2020), quien encontró en la dimensión involucramiento, que el 63.3% de los colaboradores encuestados consideran que el acatamiento de las labores es una tarea estimulante al sentirse plenamente identificados con los valores de la organización, por otro lado, en el estudio de (Aguirre, Corral, Gonzales, Ledesma & Muñoz, 2017), encontró que el involucramiento genera interacción de todas las partes para que se realice de forma óptima con eficiencia y calidad los productos por lo que el compromiso e involucramiento con la productividad es medianamente satisfactorio en el área administrativa, con un valor de 3.00, dentro de una escala de 6.00 y un valor 2,49 en el

área asistencial. Estos resultados antedichos generan una implicancia con lo expresado por los autores (Pacheco, García, Cabello, Cortés & Juárez, 2013), quienes definen el involucramiento en el trabajo como un proceso libre y participativo del trabajador en las decisiones que inciden directamente en la actividad productiva, donde es necesario contar con toda la disponibilidad de los colaboradores de tal manera que se puede estimular el compromiso y la productividad de la organización y teniendo en cuenta lo señalado por los autores (Robbins & Coulter, 2018), expresan que el compromiso organizacional reúne diferentes aspectos emparentados con el apego afectivo a la organización, con los costos percibidos por el colaborador asociado con la intención de dejar la organización y con la obligación de permanecer en la misma.

En lo relativo a la dimensión escala remunerativa y la variable clima organizacional, en los resultados obtenidos en la presente investigación, en la tabla 13 (p. 52), el 45.2% de los encuestados respondieron estar de acuerdo y un 16.7% mostraron estar totalmente de acuerdo en afirmar que el sueldo que perciben por parte de la empresa les permite cubrir sus necesidades básicas dentro de su entorno familiar.

En la comparación de los resultados con los antecedentes de la presente investigación, se hallaron discrepancias con el estudio de (Ramírez & La Cruz, 2017), quien encontró que la mayoría de los colaboradores, un 44.12% indica que solo algunas veces siente que recibe una remuneración justa por las actividades que desempeña; por otro lado, (Aguirre, Corral, Gonzales, Ledesma & Muñoz, 2017), halló que el personal asistencial, y la dimensión

retribución se percibe como insatisfactoria en toda la población de la UCI tanto asistencial, con un 2,37 dentro de una escala de 6,00 y administrativa, con un valor de 3, 00.

Estos resultados revisados han originado una implicancia con lo expresado por los autores (Robbins & Coulter, 2018), quienes expresan que las organizaciones tradicionales son más proclives a ver la remuneración desde la perspectiva de una recompensa monetaria (salario base, prestaciones e incentivos), las pequeñas empresas la interpretan más bien desde el punto de vista de la recompensa total, por consiguiente la remuneración comprende reconocimiento y oportunidades además de las recompensas monetarias (salario base e incentivos), que según conceptualiza (Chiavenato, 2018), la remuneración como la recompensa que el individuo recibe a cambio de realizar las tareas de la organización, para motivarlo y recompensar al personal que labora en una organización.

Implicancias

Implicancia teórica: La implicancia teórica de la presente investigación del clima organizacional se verá aplicado en la consistencia del conocimiento que se ha desarrollado y que permitirá aprovechar los resultados alcanzados con el respaldo de las teorías los cuales son enriquecedores para el conocimiento científico. La teoría de (Rodríguez, 2005), menciona las cuatro dimensiones que componen el clima organizacional, delineando su adecuación para incentivar a los colaboradores en la búsqueda de generar un clima organizacional favorable.

Implicancia práctica: La implicancia práctica de la presente investigación, se realiza con el objetivo de mejorar el clima organizacional a partir de los resultados que se han alcanzado para diseñar estrategias tratando de realizar actividades e intervenciones disciplinarias por parte del área de producción ante la aparición de dificultades u ocurrencias que pudieran afectar el clima organizacional.

Según lo señala (Perret, 2016), es importante mantener a los colaboradores motivados, generando y estimulando un entorno en donde los empleados sientan que forman parte de la empresa, identificados con la organización, aportando sus conocimientos en la toma de decisiones de la compañía. Una perspectiva que surja de un clima organizacional permitiera reconocer las destrezas y habilidades que comparten las personas dentro de los equipos de trabajo y como pueden ser más exitosos tanto en la vida personal como en la vida profesional.

Implicancia metodológica: dentro de la implicancia metodológica se acude al uso de técnicas de investigación, el cuestionario sobre el clima organizacional diseñado para este estudio es un instrumento relevante que ayudara a medir el clima organizacional en cualquier empresa, mediante este enfoque se busca consolidar la motivación de los colaboradores, la estabilidad laboral y en donde los trabajadores sientan que forman parte de la organización.

Limitaciones

En toda investigación existen limitaciones y la autora la pudo manejar de la manera mas propicia. Para lograr conseguir la información acerca de la implementación del clima organizacional en la empresa editora y realizar la recolección de datos necesarios que ayuden

para así finalizar este estudio, se originaron inconvenientes en los colaboradores del área de producción ya que no estaban obligados a responder en el llenado del cuestionario que se tenía diseñado, no había un compromiso por parte de ellos poniendo en peligro el estudio, por lo que la autora creyó necesario conversar con cada uno de los colaboradores, haciéndoles ver las prerrogativas que se obtendrían en su labor en relación a su participación en los resultados de la investigación.

En la etapa final de esta investigación, es notorio que nuestro país y la humanidad entera continua atravesando un momento complicado con la pandemia del COVID-19, debido a este escenario y cumpliendo con las medidas sanitarias establecidas por el gobierno ante esta difícil situación, la autora busco la manera de continuar con su investigación y programó reuniones virtuales con su asesor por medio de diferentes plataformas digitales, así como videoconferencias y llamadas telefónicas para cumplir con los avances respectivos. A pesar de las dificultades presentadas en el camino la autora logro finalizar la investigación.

4.2 Conclusiones

PRIMERA: debido a que se describe los factores que intervienen en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019. En la presente investigación se ha encontrado que la dimensión involucramiento, en su indicador compromiso con la organización, obtuvo una mayor calificación con un porcentaje de 94.05%; le sigue la dimensión relaciones interpersonales, en su indicador comportamiento ético, alcanzó una valoración de 92.98%; a continuación, la

dimensión comunicación, en su indicador: acceso a la información con una valoración de 92.90% y finalmente la dimensión escala remunerativa, en su indicador remuneración, interviene con una valoración de 69.05%.

SEGUNDA: describir la comunicación como un factor que interviene en el clima organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019, en donde se encontró que un alto número de colaboradores están de acuerdo en afirmar que existe una buena comunicación entre los compañeros de trabajo del área, dentro de un nivel muy alto, con un acumulado del 92.9%. La dimensión comunicación en la empresa del rubro editorial y sobre todo en el área de producción ha mejorado debido a la implementación de estrategias que buscan planificar y gestionar esta comunicación en un área que es sensible dentro de la actividad de producción, buscando que sea más eficiente entre los colaboradores, de tal forma que la generación de significados en los elementos de la comunicación sea realmente aplicable.

TERCERA: De los resultados obtenidos en la investigación se concluye que las relaciones interpersonales son un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019, en donde se encontró que un alto número de colaboradores están de acuerdo en afirmar que las normas y principios éticos que postula la organización son claros y que contribuyen a fortalecer las relaciones interpersonales y por ende el desempeño de cada colaborador, en gran medida de la aplicación de los principios que los orientan, dentro de un nivel muy alto, con un acumulado del 92.98%. Los valores, principios, visión y misión de la empresa son

presentados y hechos de conocimiento a los colaboradores desde el proceso de inducción y capacitación, tratando de que todas las actividades del área de producción de la empresa editora, así como todas las áreas que la conforman respondan a estos postulados organizacionales que están contenidos en los reglamentos institucionales.

CUARTA: De los resultados obtenidos en la investigación se concluye que, si se cumple el tercer objetivo específico de describir el involucramiento como un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019, en donde se halló que un alto número de colaboradores están de acuerdo en afirmar que se sienten comprometidos con el cumplimiento de las metas organizacionales que ha establecido la empresa editorial porque asumen como propósito aumentar la productividad y el desarrollo de la empresa, dentro de un nivel muy alto, con un acumulado del 94.05%. El involucramiento de los colaboradores del área de producción se da mediante el compromiso y madurez de sus miembros al comprender que su labor es primordial dentro de la cadena de producción, por la experiencia en el proceso de impresión y acabado de los textos en general, y responde de igual forma al estímulo que reciben por parte de los encargados del área.

QUINTA: De los resultados obtenidos en la investigación se concluye que la escala remunerativa es un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019, en donde se halló que un alto número de colaboradores están de acuerdo en afirmar que el sueldo que perciben por parte de la empresa editorial les permite cubrir en cierta medida sus necesidades básicas

dentro del ámbito familiar, dentro de un nivel alto, con un acumulado del 69.05%. La situación económica en nuestro país ha sido afectada por diversos factores en mayor o menor escala, en la realidad del área de producción los colaboradores consideran que la remuneración que reciben les permite solventar en cierta medida los gastos de la canasta familiar, pudiendo aumentar estos ingresos cuando toman servicios ampliados en el horario de trabajo como horas extras. Este aspecto sigue siendo muy sensible al momento de tratar de consolidar el clima organizacional en la empresa editora.

4.3 Recomendaciones

PRIMERA: Se recomienda a la empresa implementar una estrategia integral que permita fortalecer el clima organizacional que existe en el ambiente de trabajo, con la intención de ganar la confianza de los colaboradores, en donde se trabaje la motivación y la estabilidad emocional.

SEGUNDA: La comunicación interna entre los colaboradores debe ser fomentada a través de la aplicación de las plataformas digitales que permitan generar conocimiento e información en tiempo real.

TERCERA: Realizar un plan de mejora del clima organización tomando en cuenta la participación activa de los colaboradores en los diferentes aspectos como; trabajo en equipo, liderazgo, toma de decisiones y redes de comunicación interna, de esta manera se estimulará las relaciones interpersonales entre los colaboradores.

CUARTA: Se sugiere a la plana gerencial de la empresa fomentar el involucramiento de los colaboradores, revisando aspectos como la percepción de los trabajadores con respecto al desempeño en su puesto de trabajo, ya que repercute en el comportamiento, además deberían realizar un seguimiento en base a las necesidades que requieren cada uno de los colaboradores, obteniendo un personal más satisfecho y dispuesto a seguir alcanzando sus objetivos.

QUINTA: Es importante fortalecer el aspecto de la remuneración, porque sigue siendo muy sensible al momento de consolidar el clima organizacional, pudiendo aumentar los ingresos de manera equitativa entre los colaboradores, contribuyendo con sus necesidades básicas en su entorno familiar, de acuerdo a los estados financieros de la empresa, por lo que se sugiere elaborar un plan de incentivos para los colaboradores, de acuerdo a las posibilidades con las que cuenta la empresa en el aspecto económico, con el fin de elevar la motivación y satisfacción con la empresa.

REFERENCIAS

- Aguirre, C. ; Corral, A.; Gonzales, E. , Ledesma, M. & Muñoz, G. (2017). *Determinación del clima organizacional en instituciones prestadoras de servicios de salud de Santiago de Cali, Unidad de Cuidados Intensivos DUMIAN MEDICAL LOS CHORROS y Clínica Odontológica PROSDENT*. Cali Colombia: Universidad Católica de Manizales.
- APTITUS. (20 de agosto de 2018). Un 86% de peruanos renunciaría a su trabajo por mal clima laboral. *Diario El Comercio*.
- Bernardi, C. & Menezes, L. (13 de abril de 2018). *La percepción de la cultura organizacional en América Latina*. Obtenido de spencerstuart: <https://www.spencerstuart.com/research-and-insight/the-perception-of-organizational-culture-in-latin-america-spanish>
- Castro, T. (2020). *Clima Organizacional en la Clínica de Hemodiálisis Neo Vital SAC en la provincia de Barranca, Lima Perú, 2020*. Lima Perú: Universidad Peruana del Norte .
- Chiavenato, I. (2018). *Administración de recursos humanos : El capital humano de las organizaciones (10a. ed.)*. Ciudad de México México:: McGraw Hill.
- Chirinos, Y. ; Meriño, V. & Martinez, C. (2018). El clima organizacional en el emprendimiento sostenible. *Rev. esc.adm.neg. No. 84*.
- Corredor, A. & Et Al. (2016). *PYMES: gestion y clima organizacional*. Barranquilla Colombia: Sello Editorial Coruniamericana.
- Duque, D. & Garzon, A. (2015). Adaptación de las organizaciones a los cambios del entorno. *SUMA NEG. 6 (13)*.

- Flores, E. (2019). *Diagnóstico del clima organizacional en La Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas*. Esmeraldas Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Fonquernie, A. (8 de diciembre de 2015). *La información en las empresas*. Obtenido de <https://blogs.deusto.es/>: <https://blogs.deusto.es/master-informatica/la-informacion-en-las-empresas/>
- Gallegos, W., & Orozco, A. (2018). Estilos de enseñanza e involucramiento en el trabajo en docentes de una universidad privada de Arequipa (Perú). *Avances en Psicología*, 26(1), 41-56.
- Giner, G. (2021). La importancia de la ética en los negocios. *Bussines Review*.
- Goleman, D. (2020). *Social Intelligence The New Science of Human Relationships*. EEUU: Milkyway Media.
- Gómez, J. ; Salazar, I. & Vargas, P. (2012). El acceso a canales de información y la adopción de tecnologías de proceso. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa* 15, 69–180.
- Gonzales, E. (2017). *Comunicacion interpersonal: inicio, mantenimiento, y desintegracion de relaciones*. Monterrey Mexico: Editoriaol Digital.
- Gonzales, J.; Ramirez, R.; Teran, N. & Palomino, G. (2021). Clima organizacional en el sector público Latinoamericano. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*.
- Hernández, S., & Fernández, C. (2014). *Metodología de la investigación (6a. ed)*. México D.F. México: Mc Graw Hill/ Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, T. (2018). *Metodología de la investigación : Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana.

Herrera, R. (18 de abril de 2014). *Las bonificaciones, una tendencia en crecimiento*. Obtenido de

Conexion

ESAN:

<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2014/04/18/bonificaciones-tendencia-crecimiento/>

Iglesias, A. ; Torres, J. & Mora, Y. (2019). Referentes teóricos que sustentan el clima organizacional: revisión integrativa. *Revista Electronica MEDISUR*.

Jáuregui, K. & Louffat, E. (2019). *Cultura y clima organizacional: fundamentos e instrumentos*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación.

Jáuregui, K. y Louffat, E. (2019). *Cultura y clima organizacional: fundamentos e instrumentos*. Lima Peru: Pearson Educación de Peru.

Jones, G., & George, J. ((2014). *Administración contemporánea*. Ciudad de Mexico Mexico: McGraw-Hill Interamericana.

Kerlinger, F. (2002). *Investigación del Comportamiento*. Mexico D.F. Mexico: Mc Graw Hill.

Madero, S. (2018). Relación entre las teorías X y Y de McGregor, las formas de retribuir y la satisfacción de las personas en su trabajo. *CienciaUAT vol.13 no.1*.

Mandomedio. (20 de junio de 2020). *Mandomedio*. Obtenido de Solo el 55% de profesionales percibe buen clima laboral en un escenario de trabajo remoto: <https://mandomedio.com/peru/blog/clima-laboral-en-latinoamerica-estudio-mandomedio/>

Martinez, J. et al. (2020). Análisis de validez de constructo del instrumento: “Enfoque Directivo en la Gestión para Resultados en la Sociedad del Conocimiento. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía, vol. 10, núm. 19*.

- Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *REDIE vol.20 no.1*.
- Münch, L. (2018). *Administración: gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo (3a. ed.* Ciudad de Mexico Mexico: PEARSON.
- Nava, N. y Monroy Mejía, M. (2018). *Metodología de la investigación*. Ciudad de Mexico Mexico: Grupo Editorial Éxodo.
- Olaz, A. (2016). *Cómo trabajar en equipo a través de competencias*. Madrid España: Narcea Ediciones.
- Olivares, D. (2019). *Clima organizacional en el personal de la municipalidad distrital de Jazán de Bongará, 2018*. Amazonas Peru: Universidad Nacional Toribio Rodriguez de Mendoza.
- Pacheco, M. ; García, R. ; Cabello, G. ; Cortés, E & Juárez, M. (2013). Organización e involucramiento en el trabajo. Un estudio de caso. *Entre ciencias: diálogos en la sociedad del conocimiento, 1(1)*, 61-75).
- Paz, A. & Marín, S. (2014). *Clima organizacional de la IPS Universidad Autónoma*. Manizales Colombia: Universidad de Manizales.
- Perez A. (26 de Abril de 2021). *OBS Business School*. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/>: <https://www.obsbusiness.school/blog/tipos-de-estructuras-organizativas-cual-es-la-mejor-para-tu-empresa>
- Perez, L.; Perez, R. y Seca, M. (2020). *Metodología de la investigación científica*. Buenos Aires Argentina: Editorial Maipue.
- Perret. (2016). *El secreto de la motivación*. México.

- Quisphe, M. (2015). *Estudio del clima organizacional en los colaboradores del colegio de Ingenieros Civiles del Guayas, 2015*. Guayaquil Ecuador: Universidad de Guayaquil.
- Ramirez, X. & La Cruz, O. (2017). *El clima organizacional en una empresa de alimentos y bebidas en el área de lácteos en la ciudad de Lima en el año 2016*. Lima Perú: Universidad Privada del Norte.
- Requejo, C. (2017). *Clima organizacional en el personal de salud del Hospital de Contingencia II-2 Tarapoto, San Martín, abril - setiembre, 2016*. Tarapoto Perú: Universidad Nacional de San Martín Tarapoto.
- Robbins, S. & Coulter, M. (2018). *Administración (13a. ed.)*. Mexico D.F. Mexico: PEARSON.
- Rodríguez, D. (2005). *Diagnostico del clima organizacional*. México D.F. Mexico: Alfaomega.
- Santiesteban, E. (2014). *Metodología de la investigación científica*. Editorial Académica Universitaria (Edacun).
- Silva, A. (2015). *Evaluación del Cima Organizacional de OPPLUS*. Lima Perú: Universidad Nacional Agraria La Molina.
- Sosa, R. (2018). ¿De qué depende un buen clima organizacional? *FORBES*.
- Soto, R. (2017). *Análisis del clima organizacional de la empresa de comercialización “Rubí”, de la ciudad de Esmeraldas*. Esmeraldas Ecuador: Pontifica Universidad Católica del Ecuador.
- Towers, W. (4 de julio de 2018). *Motivación laboral: refuerza el estímulo de tus trabajadores*.
Obtenido de <https://willistowerswatsonupdate.es/>:
<https://willistowerswatsonupdate.es/talento-y-retribucion/motivacion-laboral-refuerza-el-estimulo-de-tus-empleados/>

Túñez, L. M., & Costa-Sánchez, C. (2014). *Comunicación corporativa : Claves y escenarios.*

Barcelona España: Editorial UOC.

Uribe, J. (2015). *Clima y ambiente organizacional: trabajo, salud y factores psicosociales.* Ciudad

de Mexico Mexico: Editorial El Manual Moderno.

ANEXOS

Anexo N° 1: Factores que intervienen en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019

Tabla 7
Matriz de Consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>General: ¿Cuáles son los factores que intervienen en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019?</p> <p>Específicos: ¿La comunicación es un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019?</p> <p>¿Las relaciones interpersonales son un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019?</p> <p>¿El involucramiento es un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019?</p> <p>¿La escala remunerativa es un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019?</p>	<p>General: Describir los factores que intervienen en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019.</p> <p>Específicos: Describir la comunicación como un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019.</p> <p>Describir las relaciones interpersonales como un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019.</p> <p>Describir el involucramiento como un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019.</p> <p>Describir la escala remunerativa como un factor que interviene en el Clima Organizacional en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019.</p>	Clima organizacional.	<p>Comunicación</p> <p>Relaciones interpersonales</p> <p>Involucramiento</p> <p>Escala remunerativa</p>	<ul style="list-style-type: none"> Acceso a la información Canales de información Comunicación interpersonal Adaptación al entorno Comportamiento ético Manejo de conflictos Compromiso con la organización. Funcionamiento del trabajo en equipo. Estímulo personal en el cumplimiento de labores. Incentivo remunerativo Remuneración Bonificaciones 	<p>Tipo de investigación Es una investigación cuantitativa, descriptiva.</p> <p>Diseño de investigación Es de carácter no experimental, con corte transversal.</p> <p>Población Conformada por un total de 120 colaboradores de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú, en el año 2019</p> <p>Muestra Es no probabilística por conveniencia y está conformada por 42 colaboradores que trabajan en el área de producción de una empresa editora en la ciudad de Lima, Perú</p> <p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumento Cuestionario</p>

Fuente: Elaboración propia

Anexo N° 2: Encuesta acerca del Clima Organizacional

N°	ÍTEMS	Total desacuerdo	En desacuerdo	No sabe, No opina	De Acuerdo	Total Acuerdo
	DIMENSIÓN: COMUNICACIÓN					
1	¿La información de interés para todos llega de manera oportuna a mi persona?					
2	¿Las reuniones de coordinación con los miembros de otras son frecuentes?					
3	¿Existe una buena comunicación entre mis compañeros de trabajo?					
	DIMENSIÓN: RELACIONES INTERPERSONALES					
4	¿En el equipo de trabajo, usted puede expresar su punto de vista, aun cuando contradiga a los demás miembros?					
5	¿Las normas y principios éticos de su organización son claras y facilitan las relaciones interpersonales en su equipo de trabajo?					
6	¿Mantiene usted buenas relaciones con los colaboradores de su equipo de trabajo?					
	DIMENSIÓN: INVOLUCRAMIENTO					
7	¿Usted al cumplir con las metas establecidas contribuye con el éxito en la organización?					
8	¿Cada integrante del equipo de trabajo se considera asimismo como un factor clave para el éxito de la organización?					
9	¿Percibe usted que los encargados de área de la empresa se preocupan por mantener elevado el nivel de motivación e involucramiento del personal?					
	DIMENSIÓN: ESCALA REMUNERATIVA					
10	¿Existen incentivos laborales que lo motivan a realizar mejor sus actividades en su puesto de trabajo?					
11	¿El sueldo que percibe satisface sus necesidades básicas?					
12	¿Las bonificaciones son adecuadas en relación con el trabajo que realiza?					

Anexo N° 3: Validación de expertos

TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Colomer Winter Adrian

TÍTULO Y GRADO

Ph D () Doctor () Magíster (X) Licenciado () Otros

FECHA: Universidad Privada del Norte
29-10-2021

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: “FACTORES QUE INTERVIENEN EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN DE UNA EMPRESA EDITORA EN LA CIUDAD DE LIMA, PERÚ, EN EL AÑO 2019”

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “X” en las columnas del SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicar sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de preguntas.

N°	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	x		
2	¿Las variables de estudio se relacionan con el instrumento de recolección de datos?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	x		
4	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
5	¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	x		
6	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	x		
7	¿El instrumento de recolección contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	x		
8	¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
TOTAL		x		

Sugerencias:

.....

.....

.....

.....

Firma del

Adrian

TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:

MONICA REGALADO CHAMORRO

TITULO Y GRADO

Ph D () Doctor (X) Magíster (X) Licenciado () Otros

Universidad Privada del Norte

FECHA:

29 OCTUBRE

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: “FACTORES QUE INTERVIENEN EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN DE UNA EMPRESA EDITORA EN LA CIUDAD DE LIMA, PERÚ, EN EL AÑO 2019”

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “X” en las columnas del SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicar sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de preguntas.

Nº	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	X		
2	¿Las variables de estudio se relacionan con el instrumento de recolección de datos?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	X		
4	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
5	¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	X		
6	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
7	¿El instrumento de recolección contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
TOTAL				

Sugerencias:

.....

.....



Firma del experto

TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS

KATHERINE CINDY SAAVEDRA ROSSEL

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:

TITULO Y GRADO

Ph D () Doctor () Magíster (X) Licenciado () Otros (Especifique).....

Universidad Privada del Norte

29/10/2021

UNIVERSIDAD QUE LABORA:

FECHA:

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: “FACTORES QUE INTERVIENEN EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN DE UNA EMPRESA EDITORA EN LA CIUDAD DE LIMA, PERÚ, EN EL AÑO 2019”

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “X” en las columnas del SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicar sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de preguntas.

Nº	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	X		
2	¿Las variables de estudio se relacionan con el instrumento de recolección de datos?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	X		
4	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
5	¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	X		Ajustar solo la redacción en la pregunta N°1
6	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
7	¿El instrumento de recolección contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
TOTAL		8		



Mg. Katherine Saavedra Rosel DNI: 40684806

Anexo N°4: Resumen de los resultados del Clima Organizacional

DIMENSIÓN COMUNICACIÓN

Tabla 8

¿La información de interés para todos los colaboradores del área de producción llega de manera oportuna?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	7.1%
En desacuerdo	4	9.5%
No sabe/ No opina	3	7.1%
De acuerdo	20	47.6%
Totalmente de acuerdo	12	28.6%
Total	42	100%

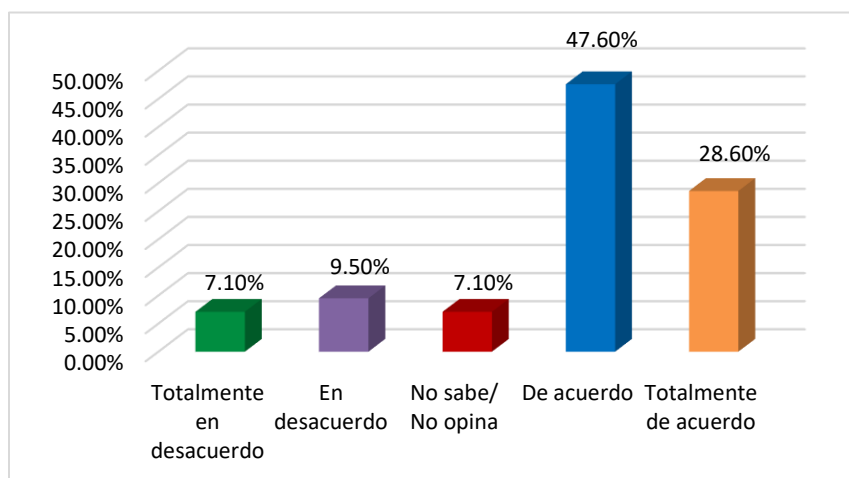


Figura 6. *Porcentaje de información de interés para todos los colaboradores*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De un total de 42 colaboradores encuestados, se ha hallado que el 7.1% de los colaboradores señalaron estar totalmente en desacuerdo en que la información de interés para todos los colaboradores del área de producción llega de manera oportuna; el 9.5% está en desacuerdo, el 7.1% no sabe, no opina, el 47.6% mencionaron estar de acuerdo y un 28.6% indicaron estar totalmente de acuerdo. Se encontró una posición favorable en afirmar que la empresa brinda de manera satisfactoria la información que es necesaria para los colaboradores del área en virtud de la efectividad de sus canales de comunicación.

Tabla 9

¿Las reuniones de coordinación con todos los miembros del área son frecuentes?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	4.8%
En desacuerdo	5	11.9%
No sabe/ No opina	6	14.3%
De acuerdo	21	50%
Totalmente de acuerdo	8	19.0%
Total	42	100%

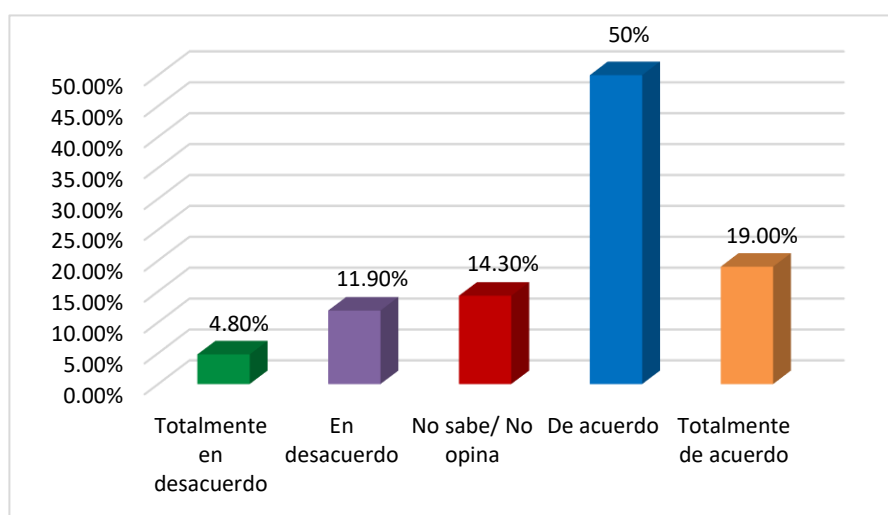


Figura 7. *Porcentaje de reuniones de coordinación*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De un total de 42 colaboradores encuestados, se ha encontrado que el 4.8% de los colaboradores precisaron estar totalmente en desacuerdo en que las reuniones de coordinación con todos los miembros del área son frecuentes; el 11.9% está en desacuerdo, el 14.3% no sabe, no opina, el 50.0% mencionaron estar de acuerdo y un 19.0% indicaron estar totalmente de acuerdo. Se encontró una posición favorable en afirmar que la empresa establece una programación de reuniones de trabajo para informar de disipaciones relacionadas con las actividades en el área.

DIMENSIÓN: RELACIONES INTERPERSONALES

Tabla 10

¿En el equipo de trabajo, usted puede expresar su punto de vista, aun cuando contradiga a los demás miembros?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	4.8%
En desacuerdo	0	0%
No sabe/ No opina	2	4.8%
De acuerdo	25	59.5%
Totalmente de acuerdo	13	31.0 %
Total	42	100%

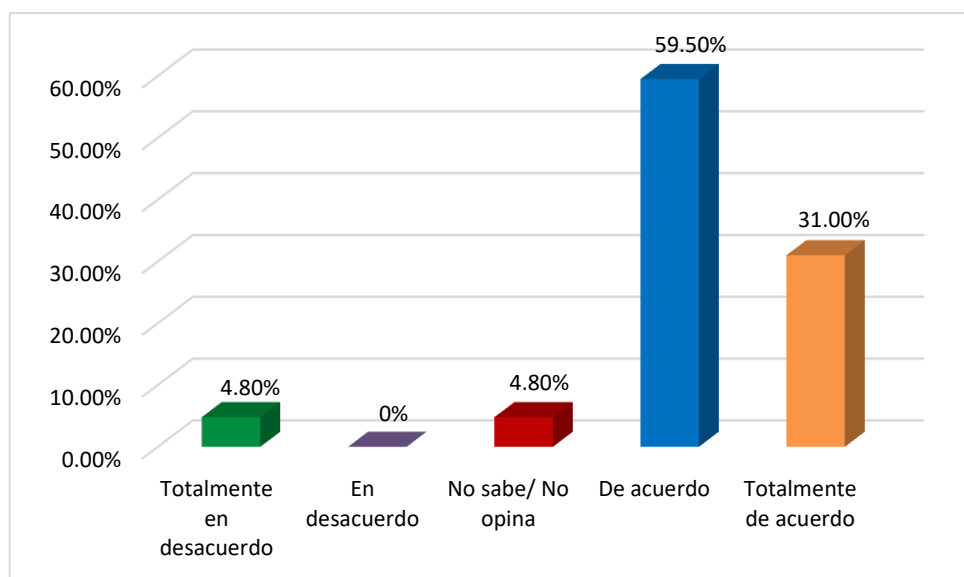


Figura 8. *Porcentaje de expresión de puntos de vista.*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De un total de 42 colaboradores encuestados, se ha encontrado que el 4.8% de los colaboradores señalaron estar totalmente en desacuerdo en que, en el equipo de trabajo, pueden expresar su punto de vista, aun cuando contradiga a los demás miembros, el 4.8% no sabe, no opina, el 59.5% mencionaron estar de acuerdo y un 31.0% indicaron estar totalmente de acuerdo. Se encontró una posición favorable en afirmar que los colaboradores pueden expresar su punto de vista, aun cuando discrepen con otros miembros, porque la diversidad de opiniones les permite encontrar un consenso que favorece a la actividad laboral.

Tabla 11

¿Mantiene usted buenas relaciones con los colaboradores de su equipo de trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	4.8%
En desacuerdo	12	2.4%
No sabe/ No opina	2	4.8%
De acuerdo	23	54.8%
Totalmente de acuerdo	14	33.3%
Total	42	100%

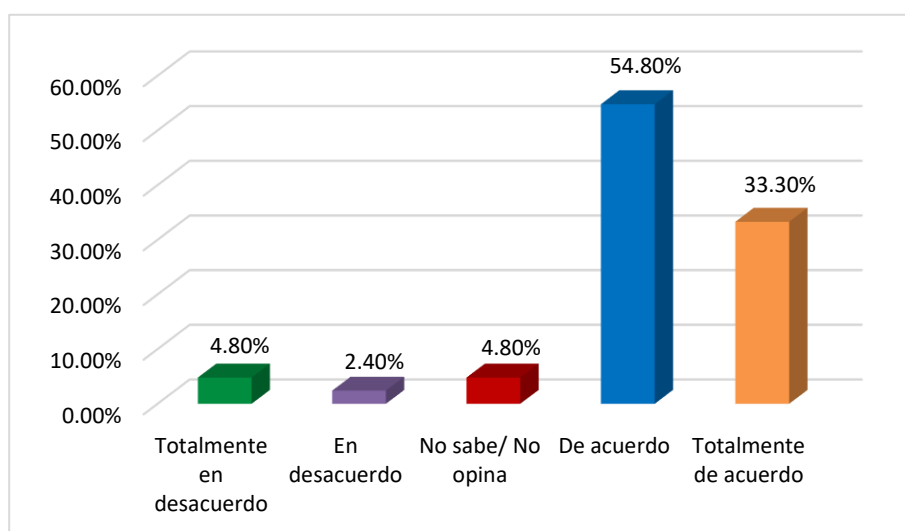


Figura 9. *Porcentaje de buenas relaciones entre los colaboradores*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De un total de 42 colaboradores encuestados, se ha encontrado que el 4.8% de los colaboradores revelaron estar totalmente en desacuerdo en que mantiene buenas relaciones con los colaboradores del equipo de trabajo; el 2.4% manifestó está en desacuerdo, el 4.8% no sabe, no opina, el 54.8% aludieron estar de acuerdo y un 33.3% indicaron estar totalmente de acuerdo. Se encontró una posición favorable en aseverar que las buenas relaciones dentro del equipo de trabajo son fomentadas por los encargados del área en vista de la comunicación asertiva que existe entre los colaboradores.

DIMENSIÓN: INVOLUCRAMIENTO

Tabla 12

¿Cada integrante del equipo de trabajo se considera asimismo como un factor clave para el éxito de la organización?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	2.4%
En desacuerdo	0	0%
No sabe/ No opina	3	7.1%
De acuerdo	21	50%
Totalmente de acuerdo	17	40.5%
Total	42	100%

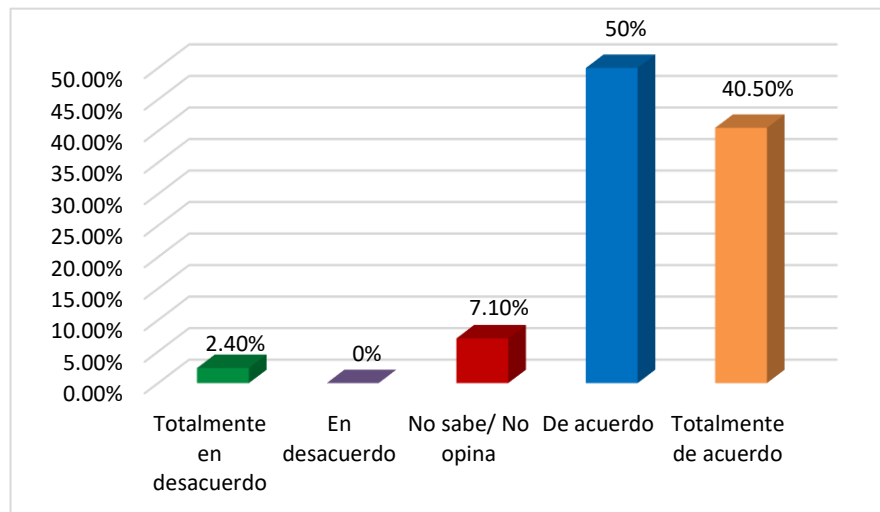


Figura 10. *Porcentaje de factor clave para el éxito de la organización.*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De un total de 42 colaboradores encuestados, se ha encontrado que el 2.4% de los colaboradores revelaron estar totalmente en desacuerdo en considerarse asimismo como un factor clave para el éxito de la organización; el 7.1% no sabe, no opina, el 50. % aludieron estar de acuerdo y un 40.5% indicaron estar totalmente de acuerdo. Se encontró una posición favorable en aseverar que el involucramiento de los colaboradores del área es factible porque se sienten parte no solo del equipo de trabajo sino también de la organización.

Tabla 13

¿Percibe usted que los encargados de área de la empresa se preocupan por mantener elevado el nivel de motivación e involucramiento del personal?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	2.4%
En desacuerdo	6	14.3%
No sabe/ No opina	5	11.9%
De acuerdo	19	45.2%
Totalmente de acuerdo	11	26.2%
Total	42	100%

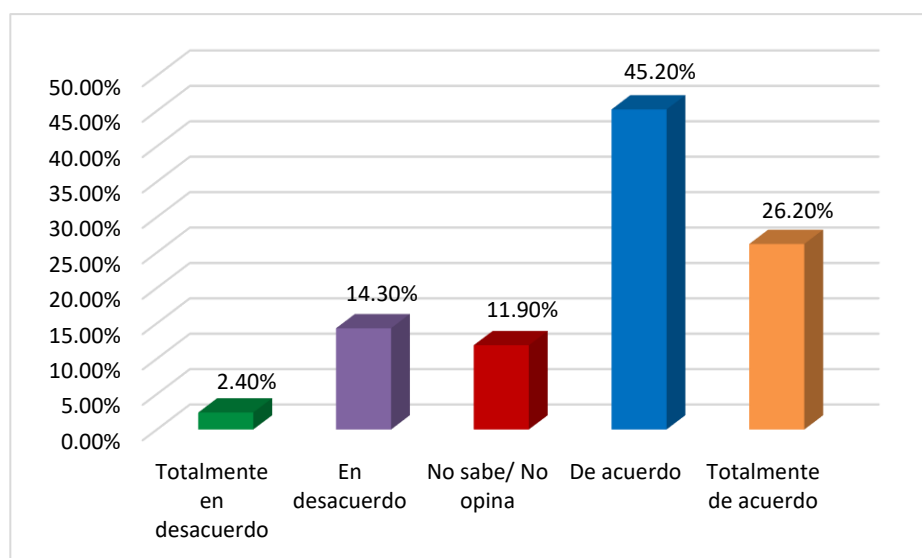


Figura 11. *Porcentaje de percepción de nivel de motivación e involucramiento.*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De un total de 42 colaboradores encuestados, se ha encontrado que el 2.4% de los colaboradores precisaron estar totalmente en desacuerdo en percibir que los encargados de área de la empresa se preocupan por mantener elevado el nivel de motivación e involucramiento del personal; un 14.3% está en desacuerdo, el 11.9% no sabe, no opina, el 45.2% indicaron estar de acuerdo y un 26.2% mostraron estar totalmente de acuerdo. Se encontró una posición favorable en afirmar que se sienten motivados por los encargados de área al sentirse involucrados en relación con la toma de decisiones de las cuales son participes.

DIMENSIÓN: ESCALA REMUNERATIVA

Tabla 14

¿Existen incentivos laborales que lo motivan a realizar mejor sus actividades en su puesto de trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	2.4%
En desacuerdo	10	23.8%
No sabe/ No opina	6	14.3%
De acuerdo	15	35.7%
Totalmente de acuerdo	10	23.8%
Total	42	100%

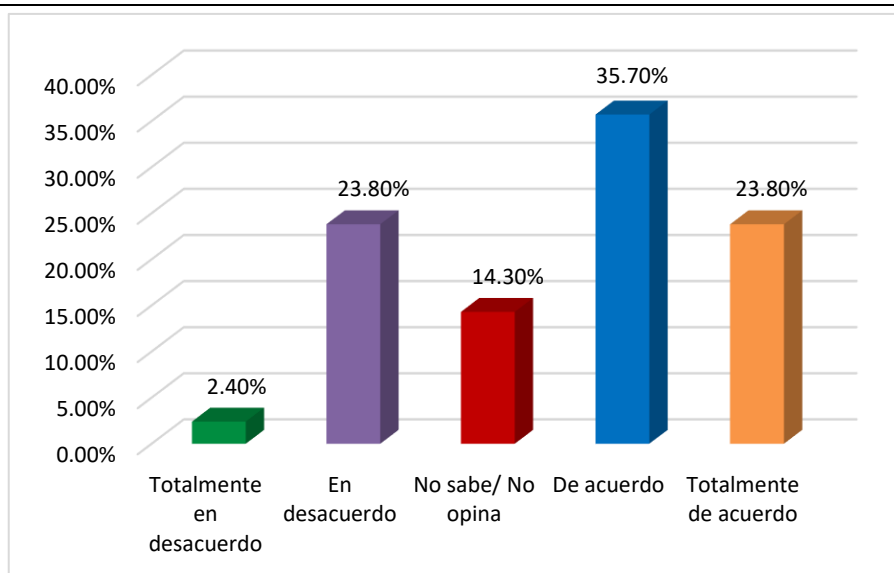


Figura 12. *Porcentaje de incentivos laborales.*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De un total de 42 colaboradores encuestados, se ha encontrado que el 2.4% de los colaboradores precisaron estar totalmente en desacuerdo en que existen incentivos laborales que los motivan a realizar mejor sus actividades en su puesto de trabajo; un 23.8% está en desacuerdo, el 14.3% no sabe, no opina, el 35.7% indicaron estar de acuerdo y un 23.8% mostraron estar totalmente de acuerdo. Se encontró una posición favorable en afirmar que los incentivos laborales que ofrece la empresa los motivan a incidir en puntos de mejora dentro del desarrollo de sus actividades en su puesto de trabajo.

Tabla 15

¿Las bonificaciones son adecuadas en relación con el trabajo que realiza?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	9.5%
En desacuerdo	9	21.4%
No sabe/ No opina	7	16.7%
De acuerdo	16	38.1%
Totalmente de acuerdo	6	14.3%
Total	42	100%

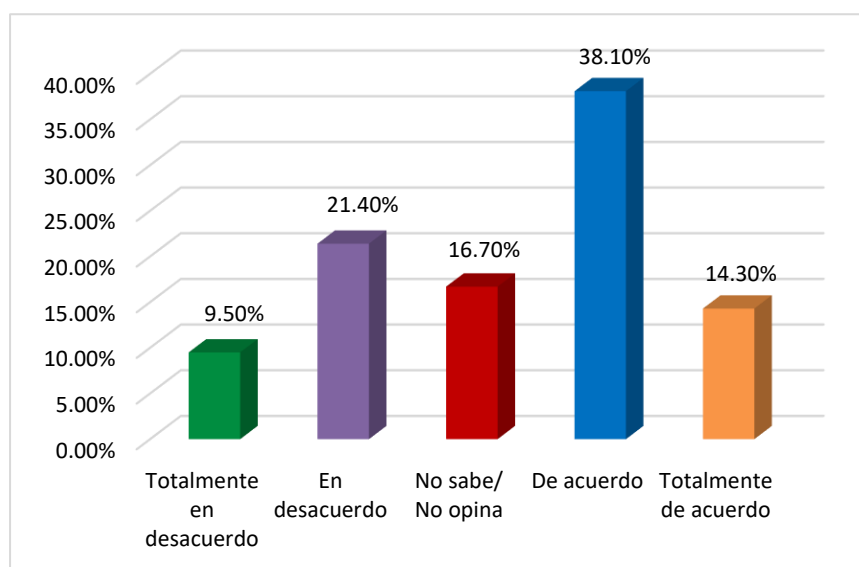


Figura 13. *Porcentaje de bonificaciones adecuadas.*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De un total de 42 colaboradores encuestados, se ha encontrado que el 9.5% de los colaboradores precisaron estar totalmente en desacuerdo en que las bonificaciones son adecuadas en relación con el trabajo que realizan; un 21.4% está en desacuerdo, el 16.7% no sabe, no opina, el 38.1% indicaron estar de acuerdo y un 14.3% precisaron estar totalmente de acuerdo. Se encontró una posición favorable en afirmar que las bonificaciones que reciben por su trabajo les mantienen motivados, es la clave para aumentar la productividad en una organización.