

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONÍA PERUANA

ESCUELA DE POST GRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL



TESIS:

**“EVALUACIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL
EN MIBANCO AGENCIA DE LA CIUDAD
DE IQUITOS DURANTE EL AÑO 2010”**

PRESENTADO POR:

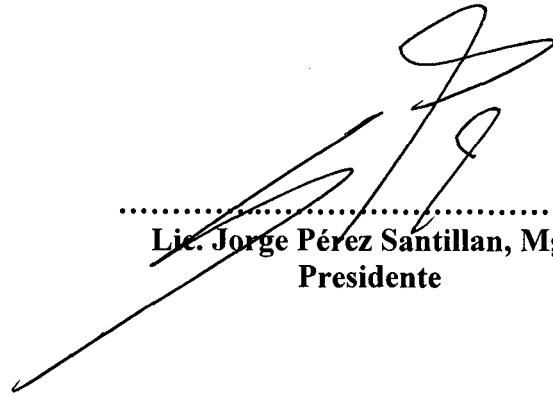
Cabrejos Quiroz Manuel Carlos Mariano

Para optar el grado académico de Magister en Gestión Empresarial.


Iquitos, Perú

2011

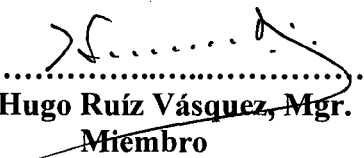
**TESIS APROBADA EN SUSTENTACION PUBLICA DE FECHA 08 DE ENERO
DEL 2011 POR EL JURADO CALIFICADOR Y DETERMINADOR NOMBRADO
POR LA ESCUELA DE POSTGRADO DE LA UNAP.**



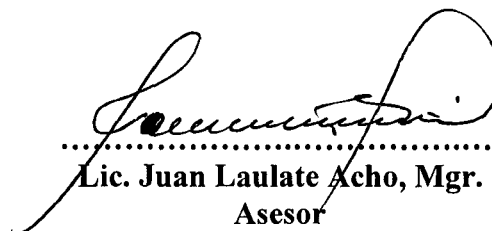
.....
Lic. Jorge Pérez Santillan, Mgr.
Presidente



.....
Lic. Alicia Pinedo Santillan, Mgr.
Miembro



.....
Lic. Hugo Ruíz Vásquez, Mgr.
Miembro



.....
Lic. Juan Laulate Acho, Mgr.
Asesor

DEDICATORIA

A Dios, mis padres, mi esposa e hija que es mi bendición por su invaluable apoyo y por la constante motivación en el logro de mis metas personales y profesionales.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar un sincero agradecimiento al Mgr. Juan Laulate Acho, asesor de la presente tesis, por su constante y acertada asesoría.

A los colaboradores de Mibanco agencia de la ciudad de Iquitos, por sus valiosos aportes durante la ejecución de la presente tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página.
Dedicatoria.....	- i -
Agradecimiento.....	- ii-
Índice de contenido.....	- iii -
Índice de tablas.....	- v -
Índice de gráficos.....	-vi-
Summary.....	1
Resumen.....	2
 CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	
1.1 Importancia y razones que han motivado el estudio.....	3
1.2 Formulación del problema.....	3
1.3 Objetivos de la investigación.....	7
1.3.1 Objetivo general.....	7
1.3.2 Objetivos específicos.....	7
1.4 Hipótesis.....	8
1.4.1 Hipótesis general.....	8
1.4.2 Hipótesis específica.....	8
1.5 Operacionalización de la hipótesis.....	9
 CAPITULO II: ANTECEDENTES	
2.1 Estudios relacionados con el tema.....	10
2.2 Fundamentación teórica.....	12
2.2.1 El clima como parte de la cultura organizacional.....	12
2.2.2 Las actitudes como expresión del clima organizacional.....	13
2.2.3 El clima organizacional como sistema.....	15
2.2.4 El sistema normativo de la empresa.....	17
2.3 Marco conceptual.....	18

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	
3.1	Tipo y diseño de la investigación..... 19
3.2	Diseño de la investigación..... 19
3.3	Población y muestra..... 19
3.3.1	Población..... 19
3.3.2	Muestra..... 20
3.4	Procedimiento, técnica e instrumento de recolección de datos..... 20
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	
4.1	Compromiso con el trabajo que se realiza..... 21
4.2	Compromiso con la organización donde trabaja..... 27
4.3	Satisfacción del trabajo..... 31
CAPÍTULO V: Discusión	
5.1	Discusión sobre las medidas estadísticas..... 35
5.2	Prueba de hipótesis..... 38
5.2.1	Primera prueba de hipótesis..... 38
5.2.2	Segunda prueba de hipótesis..... 41
5.2.3	Tercera prueba de hipótesis..... 43
CAPÍTULO VI: Conclusiones..... 45	
CAPÍTULO VII: Recomendaciones..... 48	
CAPITULO VIII: Referencias bibliográficas..... 50	
ANEXOS	
ANEXO 01: Cuestionario de recolección de datos..... 52	
ANEXO 02: Datos obtenidos al aplicar el cuestionario..... 54	
ANEXO 03: Matriz de estudio del clima organizacional..... 60	

ÍNDICE DE TABLAS

	Página.
1. Operacionalización de la hipótesis.....	9
2. Cantidad de personal de Mibanco agencia Iquitos	20
3. Primera prueba de hipótesis: Compromiso con el trabajo que se Realiza.....	38
4. Cálculo de la prueba estadística.....	40
5. Segunda prueba de hipótesis: Compromiso con la organización.....	41
6. Cálculo de la prueba estadística.....	42
7. Tercera prueba de hipótesis: Satisfacción en el trabajo que se realiza.....	43
8. Cálculo de la prueba estadística.....	44

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Página.

1. Compromiso con el trabajo que se realiza en Mibanco agencia de la ciudad de Iquitos.....	26
2. Compromiso con la organización en Mibanco agencia de la ciudad de Iquitos.....	30
3. Satisfacción del trabajo en Mibanco agencia de la ciudad de Iquitos.....	34
4. Promedio de los factores de compromiso con el trabajo que se realiza en Mibanco agencia de la ciudad de Iquitos.....	35
5. Promedio de los factores de compromiso con la organización en Mibanco agencia de la ciudad de Iquitos.....	36
6. Promedio de los factores de satisfacción en el trabajo en Mibanco agencia de la ciudad de Iquitos.....	37

SUMMARY

“Evaluation of the organizational climate in mibanco agency of Iquitos City during year 2010”

The present investigation was done in an organization with activities in micro financial affairs in Iquitos City, in its three areas: businesses, regulation, bank and services.

The hypothesis establishes that the organizational climate in Mibanco Agency of Iquitos City is perceived as an unsatisfactory relationship between the collaborators.

The work that the employees do generates low challenges to them for learning, and in the same way, the challenges to learn about the client, but they receive low feedback on their work.

It is interesting the possibility of innovating details in the work that they do. So, there are some possibilities of creating something new in the work.

A low motivation is observed. In the same way, it has a low qualification to the relationship between work and expectations.

There is a high qualification to the effort that is put to reach the institutional objectives.

With respect to the freedom to establish their objectives the qualification is low. The institutional rules allow little chance to the creativity.

There is a low consideration on the security in the work, and the remuneration keeps little relation with its contribution to the institutional success.

It is qualified as a low relationship climate between work colleagues. Similar qualifications are given to the loyal competence between colleagues.

The major qualification of the organizational climate is the personal contribution to the Institution success.

RESUMEN

“Evaluación del clima organizacional en mibanco agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010”

La presente investigación se realiza en una entidad con actividades en la microfinanza en la ciudad de Iquitos, en sus tres áreas: negocios, normalización, banca y servicios.

La hipótesis plantea que el clima organizacional en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos se percibe de una forma insatisfactoria en los colaboradores.

El trabajo que realiza el trabajador le genera bajos retos de aprender, y de igual manera son los retos de aprender sobre el cliente, pero recibe baja retroalimentación sobre su trabajo.

Es interesante la posibilidad de innovar detalles en el trabajo que se realiza. De igual manera, hay algunas posibilidades de crear algo nuevo en el trabajo.

Se observa una baja motivación. De igual manera se da una baja calificación a la relación trabajo y expectativas.

Hay una alta calificación al esfuerzo que se pone para alcanzar los objetivos institucionales.

Respecto a la libertad para establecer sus objetivos la calificación es baja. Las normas institucionales permiten poca permisibilidad a la creatividad.

Hay una baja consideración sobre la seguridad en el trabajo, y la remuneración guarda poca relación con su contribución al éxito institucional.

Se califica de muy bajo el clima de relaciones de amistad entre colegas de trabajo. Similar calificación se da a la competencia leal entre colegas.

La mayor calificación del clima organizacional está en la contribución personal al éxito de la institución.

Los trabajadores consideran que hay buenas posibilidades para que la empresa pueda generar más rentabilidad, y se sienten satisfechos por las tareas que realizan en el trabajo.

Referente a la posibilidad de desarrollo personal en la empresa se observa una baja calificación.

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 IMPORTANCIA Y RAZONES QUE HAN MOTIVADO EL ESTUDIO.

El trabajo de investigación realizado es importante porque estudia una de las condiciones de las empresas, como es la gestión de las personas, el principal elemento para alcanzar la competitividad en un mundo globalizado. Entender las actitudes de las personas en el centro de trabajo puede servir a los administradores y a los empleados a diagnosticar las causas de situaciones concretas y para ofrecer recomendaciones que permitan conservarlas o mejorarlas a fin de garantizar la eficacia institucional y la eficiencia operativa.

Interesa a la empresa conocer como perciben sus trabajadores sus expectativas personales y de la organización donde laboran. También al trabajador para su autoconocimiento.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

Las organizaciones, públicas o privadas, requieren de personas para realizar sus procesos y actividades que permitan brindar al cliente un producto de calidad. Estas personas ponen todas sus esperanzas de desarrollo personal cuando ingresan a trabajar en ellas, para lo cual quieren encontrar el mejor clima en la organización para sentirse motivados y brindar lo máximo de sus capacidades.

CHIAVENATO (2009: 04) expresa en su texto universitario el contexto de la vida de las personas en el desempeño de las organizaciones:

“Las personas pasan buena parte de su vida trabajando en organizaciones, las cuales dependen de ellas para funcionar y alcanzar el éxito. Por una parte, el trabajo requiere los esfuerzos y ocupa una buena cantidad del tiempo de la vida de las personas, quienes dependen de aquel para su subsistencia y éxito personal. Separar la existencia de las personas de su trabajo es muy difícil, por no decir casi imposible, dada la importancia o el efecto que este tiene para ellas. De modo que las personas dependen de las organizaciones en las que trabajan para alcanzar sus objetivos personales. La posibilidad de crecer en la vida y de tener éxito depende de que se crezca dentro de las organizaciones”.

Esta relación entre el desarrollo personal y la posibilidad de crecer en las organizaciones

lleva primero a definir al trabajador en la función que desempeña. Se ha encontrado diversos conceptos sobre el tema, desde una concepción básica de gestión de los recursos humanos, en algunos autores, pasando por el concepto de gestión de personas, hasta llegar a la gestión del capital humano.

POU MUNT (2005) presenta el concepto que se tiene sobre la gestión de las personas en las organizaciones:

“En los últimos años se ha consolidado una corriente, a la cual nos adscribimos, que considera el empleo del término «Recursos Humanos» como una referencia reduccionista del rol de las personas en las organizaciones, y que busca establecer la necesidad de «capitalizar» o activar a aquellas (en el sentido de convertirlas en un activo). Es necesario replantear el rol de las personas en las organizaciones, lo cual parte de emplear términos adecuados relacionados con los ámbitos de gestión que se aplican a su actuación, motivación y desempeño. En este contexto, se emplea el término de «Gestión de las Personas» como la expresión semántica más apropiada”.

Entender al trabajador como un recurso considera que con remunerar a este recurso es suficiente, y que esta remuneración forma parte del costo. Mientras que, considerarlos como personas significa entender que tienen sentimientos, motivaciones y otros elementos que deben gestionarse y no quedarse sólo en el aspecto remunerativo.

En la actualidad, muchos lo consideran un activo como una inversión cuyos rendimientos deben beneficiar a la empresa, y en base a este concepto debemos pensar que cualquier agregado a la inversión debe reflejarse en mayores resultados; por lo tanto es un capital que no debe perderse. El desarrollo de sus capacidades es una inversión de la empresa.

LOVEY (1996: 79) plantea que la organización debe incorporar a los miembros individuales en su proyección corporativa porque él contribuye al éxito:

“Los individuos no solo son medios; son también fines para las organizaciones. Esto les puede parecer obvio; para otros será una idea rebelde. Pero, ¿qué significa realmente?, Veamos un ejemplo. Imaginemos que soy un inversionista y quiero poner una panadería. ¿Qué necesito para empezar?. Primero tengo que reunir dinero; y como soy miembro de la comunidad, también quiero estar a su servicio. Sé que necesitan pan, y debo atenderlos.

Necesito maquinaria, infraestructura, apoyo financiero, materiales y. más aun, necesito gente que trabaje para mí en la panadería. Así que en este ciclo miro a la agente como recursos humanos, como mi medio para obtener beneficios sirviendo a la comunidad con el pan, ¿pero veo a empleados como un fin en mi organización? Seguramente no. Este enfoque debe cambiar, debemos verlos como contribuyentes del éxito de la compañía a largo plazo”.

La presente investigación se realiza en una entidad financiera, Mibanco, con actividades en la microfinanza. Él nace por la iniciativa de Acción Comunitaria del Perú (ONG) el 4 de mayo de 1998, convirtiéndose en el primer banco peruano especializado en microfinanza. Ofrece un alto grado de identificación con el cliente y confianza mutua: Acceso al crédito, rapidez en el servicio, rentabilidad en ahorros, personal especializado y comprometido, conocimiento del mercado mejor que nadie, red de cajeros automáticos y red de agencias, asesoramiento y capacitación.

Su Misión es “brindamos oportunidades de progreso y damos acceso al sistema financiero, con compromiso social”. Se ha planeado como Visión el “ser el líder y el referente de la banca con un marcado compromiso social, donde las personas sienten orgullo de pertenecer a la comunidad de clientes y colaboradores de Mibanco.

Los valores con que se trabaja son: Honestidad, compromiso, eficiencia, respeto, innovación, calidad”.

En la ciudad de Iquitos se apertura la agencia Mibanco el 25 de octubre del año 2005. Actualmente cuenta con 35 colaboradores distribuidos en tres áreas de trabajo: Negocios, Normalización, Banca y Servicios; con funciones y responsabilidades definidas para cada colaborador, involucrados con las metas individuales y organizacionales por alcanzar ya que en forma mensual se recompensa con premios mensuales, por ejemplo, cenas, viajes a lugares turísticos, dinero en efectivo, días libres, etc.

A esto se suman los cursos de capacitación, dinámicas de interacción entre los colaboradores, olimpiadas regionales, etc. Todas estas actividades se desarrollan en la ciudad de Lima.

Aparentemente estas actividades deberían propiciar un clima laboral favorable para todos los colaboradores de Mibanco de la agencia Iquitos, sin embargo existen opiniones de colaboradores que manifiestan que esto no se ve reflejado en el ambiente de trabajo que

comparten diariamente con los demás ya que son criticados injustamente por sus propios compañeros o por algún superior; además, se quejan de la falta de comunicación para coordinar ciertas actividades laborales y lo más crítico que manifiestan es que no a todos se les recibe con el mismo trato amable, cordial y rapidez.

Cabe indicar que Mibanco envía encuestas relacionadas con el clima laboral vía internet para cada uno de los colaboradores una vez por año, y a través de sus respuestas se puede mejorar el ambiente de trabajo; pero, la realidad es otra porque muchos de los colaboradores no responden de manera correcta lo que en realidad sienten o perciben dentro de la organización por temor a recibir represalias y ser despedidos del centro de trabajo, a pesar de que esta encuesta es confidencial.

El problema descrito se resume en la siguiente interrogante general:

¿Cómo se percibe el clima organizacional en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010?

Las interrogantes específicas son las siguientes:

¿Qué compromiso con el trabajo en el clima organizacional poseen los colaboradores de Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010?

¿Qué compromiso organizacional en el clima organizacional poseen los colaboradores el clima organizacional en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010?

¿Qué satisfacción en el trabajo en el clima organizacional poseen los colaboradores el clima organizacional en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.3.1 OBJETIVO GENERAL.

Evaluar el clima organizacional en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- a. Analizar el compromiso con el trabajo en el clima organizacional que poseen los colaboradores de Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010.
- b. Analizar el compromiso organizacional en el clima organizacional que poseen los colaboradores de Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010.
- c. Analizar la satisfacción en el trabajo en el clima organizacional que poseen los colaboradores de Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010.
- d. Plantear estrategias para mejorar el clima organizacional en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos.

1.4 HIPÓTESIS.

1.4.1 HIPÓTESIS GENERAL.

“El clima organizacional en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos se percibe de una forma insatisfactoria en los colaboradores”.

1.4.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICA.

- a. Se percibe un bajo compromiso con el trabajo en el clima organizacional en los colaboradores de Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010.
- b. Se percibe un bajo compromiso con la organización en el clima organizacional en los colaboradores de Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010.
- c. Se percibe una baja satisfacción en el trabajo en el clima organizacional en los colaboradores de Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010.

1.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS.

VARIABLE DE ESTUDIO	INDICADORES	ÍNDICES
Clima organizacional	Compromiso con el trabajo	<ul style="list-style-type: none"> - Generación de retos de aprendizaje. - Posibilidad de innovación y creatividad en el trabajo. - Motivación de las tareas que se hacen. - Exigencia de uso de las capacidades. - Relación de las expectativas y el puesto. - Aliento a más aprendizaje. - Retroalimentación de lo realizado.
	Compromiso con la organización	<ul style="list-style-type: none"> - Libertad para definir los objetivos. - Retos de los objetivos. - Relación objetivos y sueldo. - Motivación hacia la creatividad. - Percepción de seguridad en el trabajo. - Opinión del horario del trabajo - Grado de relaciones interpersonales. - Respeto de los compañeros cuando se compite. - Reconocimiento interno y externo en la empresa.
	Satisfacción del trabajo	<ul style="list-style-type: none"> - Percepción de la persona con su tarea. - Percepción de la persona con su institución. - Percepción de la empresa en el mercado y la sociedad.

CAPITULO II: ANTECEDENTES

2.1 ESTUDIOS RELACIONADOS CON EL TEMA.

La gestión de las personas ha comprendido estudios en diversos aspectos, en temas de cómo el propietario de una empresa hace participar al trabajador; así como las motivaciones personales que tienen los trabajadores de pertenecer a determinada organización y como sienten respecto a su trabajo.

GARCIA, RICARDO Y RENGIFO, JACKIE (2008) concluyen en su tesis sobre el concepto que se tiene del trabajador:

“En las empresas familiares de la ciudad de Iquitos se escucha muy poco las opiniones del trabajador. Ante tanta oferta de mano de obra en el mercado, el propietario considera al trabajador como un insumo más en sus operaciones”.

Otras investigaciones han tomado como tema el origen de las motivaciones y si estas son iguales en las personas.

ALVIRA ET AL (1989: 221), citado por MARÍA MARTA PREZIOSA, expresa sobre las motivaciones de pertenencia del trabajador con su organización:

“¿Podríamos considerar como causa final de la empresa lo que sus integrantes sienten como motivación para fundarla o pertenecer a ella? En primer lugar, no todos están motivados de la misma manera; en segundo lugar, una cosa es la motivación individual, y otra, el del grupo, y pueden coincidir o no.

Uno es el objetivo de la persona que actúa (finis operantis), que trasciende la acción, y otro es el fin de la acción (finis operis), esto es, el resultado natural e intrínseco de dicha acción, que puede coincidir o no con la motivación personal”.

VELARDE (2010) comenta sobre los resultados de una encuesta realizada a más de tres mil personas sobre lo que sienten los peruanos sobre su trabajo.

“Al preguntarles si sienten que su trabajo es valorado, el 47% afirmó que no, mientras que un 33% cree que solo es reconocido por sus compañeros de trabajo pero no por sus jefes. Y el 20% restante dice que tanto sus compañeros como sus superiores aprecian su labor y lo ven como aporte para la empresa.

La gran mayoría no se encuentra a gusto en su trabajo, pues perciben diferencias evidentes con el resto de los trabajadores. Para un 44% una de esas diferencias es en cuanto al sueldo que reciben, ya que este lo perciben inferior al de personas de su mismo rango.

Según la encuesta, el 88% de quienes no se sienten valorados están dispuestos a buscar un nuevo trabajo y el otro 12% prefiere no arriesgarse porque teme no encontrar otra alternativa laboral”.

En ese ámbito ha interesado a muchas personas estudiar el clima organizacional. Se pueden mencionar dos tesis relacionadas con el tema en mención:

La “Relación entre el clima organizacional y la involucración en el trabajo en los empleados de BHP Billiton Tintaya S.A. en función al tiempo de servicio, edad y área de trabajo”; asimismo, la “Relación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral en los trabajadores de la empresa de servicios de agua potable y alcantarillado de La Libertad - SEDALIB S.A”

Ambas guardan estrecha relación con el tema de investigación ya que relacionan el clima organizacional de la empresa con la involucración y satisfacción de los trabajadores con su respectivo centro de trabajo.

Hay un mayor énfasis en la calidad de vida laboral del personal, a diferencia de años anteriores donde solo importaba el rendimiento y en muchas oportunidades sin tener en cuenta el conjunto de sentimientos y emociones de los empleados. Hoy se comprende que el trabajo en la vida del hombre juega un papel preponderante pues las personas pasan la mayor parte de su tiempo trabajando en las organizaciones, y va a depender de esa interacción que su vida sea satisfactoria y estimulante, como también puede ser insatisfactoria y desagradable.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.2.1 EL CLIMA COMO PARTE DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL.

Es importante ubicar al clima organizacional en la estructura de una organización, como parte de algo o con expresión propia.

Muchos autores consideran que el clima organizacional es una característica particular en las organizaciones, es el punto de observación del capital humano.

DAVENPORT (2006: 23, 25, 27) comenta las percepciones que se tienen del trabajador en la organización:

“Si las empresas hubieran considerado verdaderamente a las personas como valiosos activos estratégicos, los directivos advertirían que una fuerza laboral competente y consagrada constituía un requisito previo para el éxito en cualquiera de las áreas. La inversión en los individuos habría recibido entonces con seguridad una prioridad más elevada y sería observado su retorno en el clima interno.

Ya es hora de concebir a los trabajadores no como capital humano sino como propietarios e inversores de capital humano. El concepto de inversión destaca la primacía de los recursos personales, las capacidades (principalmente) mentales que los trabajadores aportan a sus empleos y a sus empresas”.

El autor pone especial énfasis en observar el clima interno o clima organizacional, distribuyendo en tres grupos los factores que alientan un esfuerzo discrecional en el empleo: los que estimulan el esfuerzo voluntario, los que no lo estimulan y aquellos que frustran la iniciativa individual. Por ejemplo, la falta de reconocimiento y aprecio es uno de los factores que más fuertemente frustran la inversión voluntaria de esfuerzo.

Otros autores consideran al clima organizacional como un elemento de una característica mayor de la organización.

CHIAVENATO (2009: 180) manifiesta que la cultura organizacional comprende al clima organizacional, entre otros elementos:

“La cultura representa la forma en que una organización se ve a sí misma y a su contexto. Los principales elementos de la cultura organizacional son:

- a. El comportamiento diario observable. La forma en que las personas interactúan, el lenguaje y los gestos que utilizan, los rituales, las rutinas y los procesos comunes.
- b. Las normas o las reglas relativas a los grupos y sus comportamientos, por ejemplo, los ratos de descanso, la hora de comer, los días para vestir informal.
- c. Los valores dominantes que define una organización, como la ética en el respeto a las personas, la calidad de sus productos o los precios bajos.
- d. La filosofía administrativa que guía y orienta las políticas de la organización respecto a los trabajadores, los clientes y los accionistas.
- e. Las reglas de juego, entendidas como la manera en que funcionan las cosas, lo que un nuevo trabajador debe aprender para salir bien librado y ser aceptado como miembro de un grupo.
- f. El clima de la organización o los sentimientos de las personas y la forma en que interactúan entre ellos, con los clientes o con elementos externos”.

El último acápite señala al clima de la organización como elemento de la cultura organizacional, y establece aspectos de cómo se expresan ya sea en los aspectos afectivos, como son los sentimientos, o en los aspectos conductuales, como las relaciones entre ellos o con los clientes. Esta definición nos será útil para estructurar el método de recolección de datos sobre el clima organizacional.

2.2.2 LAS ACTITUDES COMO EXPRESION DEL CLIMA ORGANIZACIONAL.

Los sentimientos que tienen las personas hacia algo o hacia alguien se expresan en las actitudes.

ROBBINS (1999: 140) describe a las actitudes de las personas y su relación con el trabajo en las organizaciones:

“Las actitudes son enunciados de evaluación, ya sean favorables o desfavorables, con respecto a los objetos, a la gente o a los eventos. Reflejan cómo se siente uno acerca de algo. Cuando digo me gusta mi trabajo, estoy expresando mi actitud acerca del trabajo”.

El autor expresa que las actitudes nos permiten hacer valoraciones para medir como se siente la persona, las cuales podrán expresarse en rangos cualitativos, tal como se diseña el instrumento de recolección de datos de la presente investigación.

GORDON (1997: 79) señala como se observan las actitudes de las personas y que métodos serán posibles de utilizar para medirlas:

“Inferimos la actitud de una persona a partir de la forma como ésta expresa sus creencias sentimientos o intenciones de comportamiento ante un objeto o situación, a partir de las reacciones fisiológicas de origen perceptivo o a partir de comportamientos evidentes. Por ejemplo, podríamos determinar la satisfacción de una persona en el trabajo infiriéndola por su desenvolvimiento general en el mismo o pidiendo que describa su actitud. También podemos recurrir a encuestas de actitudes y otras escalas de calificación con el propósito de evaluar las actitudes de la persona ante su trabajo, sus compañeros, su supervisor o la organización en general”.

En base a esta teoría se diseña el cuestionario mostrado en el instrumento de recolección de datos.

Las actitudes tienen diversos componentes en la que se expresan.

ROBBINS (1999: 140) sostiene que:

“La opinión es el componente cognoscitivo de una actitud. Establece la base para la parte más crítica de una actitud, su componente afectivo. El afecto es el segmento emocional o sentimental de una actitud y se refleja en el enunciado en una expresión. Finalmente, el afecto puede llevar a resultados de comportamiento. El componente del comportamiento de una actitud se refiere a la intención de comportarse de cierta manera hacia alguien o hacia algo”.

LEWIN (citado por DESSLER, 1993) expresa la creencia de que el comportamiento es el resultado de la reacción individual al ambiente, llegando a las siguientes conclusiones acerca de la motivación: (a) la motivación depende la percepción individual subjetiva sobre la relación con su ambiente, (b) el comportamiento se determina por medio de la interacción de variables, es decir; la tensión en el individuo, la validez de una meta y la distancia psicológica de una meta, (c) los seres humanos operan en un campo de fuerzas que influyen en la conducta, como las fuerzas de un campo magnético, por lo que la gente tiene diferentes impulsos motivadores en distintos momentos, en el contexto del trabajo algunas fuerzas inhiben mientras otras motivan.

2.2.3 EL CLIMA ORGANIZACIONAL COMO SISTEMA.

La teoría de clima Organizacional de Likert (citado por CHIAVENATO, 2001) establece que el comportamiento asumido por los subordinados depende directamente del comportamiento administrativo y las condiciones organizacionales que los mismos perciben, por lo tanto se afirma que la reacción estará determinada por la percepción.

Likert establece tres tipos de variables que definen las características propias de una organización y que influyen en la percepción individual del clima. En tal sentido se cita:

1. Variables causales: definidas como variables independientes, las cuales están orientadas a indicar el sentido en el que una organización evoluciona y obtiene resultados. Dentro de las variables causales se citan la estructura organizativa y la administrativa, las decisiones, competencia y actitudes.
2. Variables intermedias: este tipo de variables están orientadas a medir el estado interno de la empresa, reflejado en aspectos tales como: motivación, rendimiento, comunicación y toma de decisiones. Estas variables revistan gran importancia ya que son las que constituyen los procesos organizacionales de la Organización.
3. Variables finales: estas variables surgen como resultado del efecto de las variables causales y las intermedias referidas con anterioridad, están orientadas a establecer los resultados obtenidos por la organización tales como productividad, ganancia y pérdida.

Hay diversas teorías que ayudan a explicar las motivaciones o causas de las personas.

MASLOW (citado por CHIAVENATO, 2001) sostiene la premisa de que el hombre es un ser con deseos y cuya conducta está dirigida a la consecución de objetivos. Postula un catálogo de necesidades en una jerarquía, que van desde lo básico hasta lo más espiritual o intangible:

- a. Fisiológicas: son las esenciales para la sobrevivencia.
- b. Seguridad: se refiere a las necesidades que consisten en estar libres de peligro y vivir en un ambiente estable, no hostil.
- c. Afiliación: como seres sociales, las personas necesitan la compañía de otros semejantes.

- d. Estima: incluyen el respeto a uno mismo y el valor propio ante los demás.
- e. Actualización: son necesidades del más alto nivel, que se satisfacen mediante oportunidades para desarrollar talentos al máximo y tener logros personales.

Existen dos conceptos fundamentales en la teoría de Maslow: la primera sostiene que las necesidades superiores no se vuelven operativas sino hasta que se satisfacen las inferiores; mientras que la segunda expresa que una necesidad que ha sido cubierta deja de ser una fuerza motivadora.

Esta teoría ayuda a definir las estrategias de capital humano en las organizaciones. Hay situaciones en que motivará al trabajador una necesidad de pertenencia social antes que una necesidad económica.

HERZBERG (citado por CHIAVENATO, 2001) clasificó las necesidades en dos categorías según los objetivos humanos: Los factores de higiene y los motivadores. Los factores de higiene son los elementos ambientales en una situación de trabajo que requieren atención constante para prevenir la insatisfacción, incluyen el salario y otras recompensas, condiciones de trabajo adecuadas, seguridad y estilos de supervisión.

La motivación y las satisfacciones sólo pueden surgir de fuentes internas y de las oportunidades que proporcione el trabajo para la realización personal. De acuerdo con esta teoría, un trabajador que considera su trabajo como carente de sentido puede reaccionar con apatía, aunque se tenga cuidado con los factores ambientales. Por lo tanto, los administradores tienen la responsabilidad especial para crear un clima motivador y hacer todo el esfuerzo a fin de enriquecer el trabajo.

MC CLELLAND (citado por CHIAVENATO, 2001) presenta tres categorías básicas de las necesidades motivadoras: el poder, la afiliación y el logro. Las personas se pueden agrupar en alguna de estas categorías según cuál de las necesidades sea la principal motivadora en su vida. Quienes se interesan ante todo en el poder buscan puestos de control e influencia, aquellos para los que la afiliación es lo más importante buscan las relaciones agradables y disfrutan al ayudar a otros. Los que buscan la realización quieren tener éxito, temen al fracaso, tienen una orientación hacia el logro de tareas y son autosuficientes. Estas tres necesidades no son mutuamente excluyentes. Los patrones motivadores se pueden modificar mediante programas de entrenamientos especiales.

Las teorías de clima organizacional mencionadas líneas arriba describen muchas características de los colaboradores de Mibanco y el ambiente en el que laboran. Se puede mencionar las siguientes: los colaboradores reaccionan laboralmente según la percepción que tienen de la empresa, buscan la satisfacción de sus necesidades, requieren de constante motivación, existe diferencia entre aquellos que les gusta trabajar con supervisión y bajo presión y los que logran metas sin que los supervisen constantemente.

Estas teorías se relacionan con el clima organizacional en Mibanco agencia de la ciudad de Iquitos ya que existe coincidencia con las actividades diarias realizadas dentro de la empresa, además estas teorías ayudarán a plantear las estrategias de desarrollo del capital humano para tener éxito en un mercado competitivo como es el sector financiero.

2.2.4 EL SISTEMA NORMATIVO DE LA EMPRESA.

El sistema normativo de Mibanco, banco de la microempresa S.A., está establecida en el manual de conducta y ética con actualizaciones aprobadas en sesión de Directorio N°119 (Pág.21 – 22). Está referido a la ética profesional dentro de la institución, donde todos los colaboradores deben mostrar una conducta profesional recta, imparcial y honesta en toda su operativa dentro y fuera de la entidad, colaborando con el compromiso social que ésta tiene como miembro de la comunidad en la que se inserta.

En varias ocasiones esta conducta requerida no se pone en práctica entre compañeros ocasionando malestar y un ambiente laboral desfavorable. Además existen también quejas de algunos clientes que sufren mal trato por parte de algunos colaboradores.

Asimismo, la Ley de productividad y competitividad laboral, establece una serie de derechos del trabajador. Por ejemplo, lo relacionado a la seguridad y tranquilidad que debería tener un trabajador para laborar dentro de una institución.

Pero, En la realidad el escenario que se presenta es otro, en algunas oportunidades se procedió a despedir arbitrariamente a algunos colaboradores, podría poner como ejemplo el caso de un trabajador que al ser despedido sin razón alguna impuso la demanda correspondiente teniendo la empresa que reponerlo nuevamente en su cargo y pagándole por todos los meses que duró este proceso.

Es un caso preocupante que mantiene en expectativa a los trabajadores, en realidad esto crea tensión dentro del centro de trabajo creando una atmosfera desfavorable para el normal desenvolvimiento de las actividades diarias.

2.3 MARCO CONCEPTUAL.

a. Compromiso con el trabajo. Mide el grado en el cual una persona se identifica sociológicamente con su trabajo y considera que su nivel de desempeño percibido es importante para valorarse a si mismo. Los empleados con un alto nivel de compromiso con el trabajo se identifican sobremanera con el trabajo y en realidad les importa la clase de trabajo que realizan. ROBBINS (1999: 142).

b. Compromiso organizacional. Expresa el estado en el cual un empleado se identifica con una organización en particular y con sus metas, y desea mantenerse en ella como uno de sus miembros. Así un alto compromiso con el trabajo significa identificarse con el trabajo específico de uno, mientras que alto compromiso organizacional significa identificarse con el servicio personal a la organización. ROBBINS (1999: 142).

c. Satisfacción en el trabajo. Se refiere a la actitud general de un individuo hacia su empleo. Una persona con un alto nivel de satisfacción mantiene actitudes positivas hacia el trabajo, mientras que una persona insatisfecha mantienen actitudes contrarias. Cuando la gente habla de actitudes del empleado, a menudo a lo que se refiere es a la satisfacción en el trabajo. ROBBINS (1999: 142).

CAPITULO III: METODOLOGÍA

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Investigación de tipo descriptivo simple, pues el investigador busca y recoge información sobre una situación previamente determinada: el objeto de estudio es el clima organizacional.

Es una investigación transversal, ya que la aplicación del instrumento de recolección de datos fue en un solo momento.

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

Diseño no experimental, por cuanto los sujetos de estudio son observados en el centro laboral sobre hechos ya existentes. No existe ninguna provocación de los hechos por parte del investigador.

M O

Donde:

M: Es la muestra a quien se estudia.

O: La información relevante que se recoge de dicha muestra.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.

3.3.1 POBLACIÓN.

La población del presente trabajo de investigación comprendió al conjunto de todos los colaboradores que actualmente se encuentran laborando en Mibanco. La población es de 35 colaboradores.

3.3.2 MUESTRA.

La muestra es la misma que la población; esto por tratarse de una población relativamente pequeña.

Los colaboradores de Mibanco agencia Iquitos se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

Cuadro 1: Cantidad de personal de MiBanco Agencia Iquitos

Areas	Cantidad
Gerente de Agencia	1
Jefa de banca y servicios	1
Jefe de créditos	1
Asesores de créditos	17
Normalizador de créditos y castigos	1
Cajeros	6
Modulo de atención al cliente	2
Cuentas pasivas	1
Gestor de cobranzas	4
Digitador	1
Total	35

Fuente: Cuadro de evaluación de metas mensuales a todos los Colaboradores de Mibanco. Iquitos. Enero 2010.

3.4 PROCEDIMIENTO, TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

Este estudio se basó en un cuestionario:

- Se hizo una prueba piloto del cuestionario en 10 colaboradores de Mibanco para realizar los ajustes necesarios y luego poder aplicar el mismo a todo el personal.
- Las preguntas versaron sobre los indicadores de la variable clima organizacional.
- Se solicitó el permiso necesario a la Gerencia de Mibanco agencia de la ciudad de Iquitos para la aplicación del instrumento de recolección de datos.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 COMPROMISO CON EL TRABAJO QUE SE REALIZA.

Retos de aprender que genera el trabajo que se realiza.

El sector financiero es un sector con permanentes cambios en sus normas internacionales y nacionales, y además es altamente competitivo por la cantidad de empresas que en él se encuentran, por lo tanto el aprendizaje es intenso.

Una importante cantidad de trabajadores, el 40.0%, considera que el trabajo que realizan le genera regulares retos para aprender más. La cuarta parte de los trabajadores, el 25.7%, considera que el trabajo que realizan le genera muchos retos de aprender más. La suma de ambos grupos representa las tres cuartas partes del total de trabajadores, cantidad importante de personas que sienten regular ganas de aprender más.

Un porcentaje ligeramente menor, el 34.3% de ellos considera que le genera algún reto.

Posibilidad de innovar detalles en el trabajo que se realiza.

Si muy bien el sector financiero estandariza sus procesos operativos de otorgamiento de créditos, las actividades que se realizan con los clientes puede ser una fuente importante de cambios.

Una quinta parte, el 20.0%, siente que en su trabajo hay muchas posibilidades de innovar detalles en el trabajo que realiza. Un porcentaje mayor, el 31.4% de ellos considera que hay regulares posibilidades. Ambos sumados representan ligeramente más de la mitad del total de trabajadores.

Los trabajadores restantes, el 48.6%, siente que en el trabajo hay alguna posibilidad de innovar detalles.

Es importante resaltar que ningún trabajador considera que no hay posibilidad de innovar, todos expresan que puede algo o mucho por innovar.

Posibilidad de crear algo nuevo en el trabajo que se realiza.

Se entiende por crear el ofrecer un nuevo producto o servicio al cliente. Las entidades financieras son organizaciones con oficinas en diversos lugares del país y con una alta concentración de sus decisiones y planeamiento en su central en la ciudad de Lima, por lo que un nuevo producto o servicio viene definido desde la capital del país. Pero, es importante escuchar a los trabajadores para identificar alguna posibilidad de crear un producto o servicio acorde con la realidad local.

Se observa una cantidad reducida de trabajadores, el 14.3%, que considera que en su trabajo hay muchas posibilidades de crear cosas nuevas. Un porcentaje mayor, el 34.3% de ellos considera que hay regulares posibilidades de crear algo nuevo. Ambos sumados representan cerca de la mitad de los trabajadores.

Cerca de la mitad de los trabajadores, el 48.6%, consideran que en el trabajo hay alguna posibilidad de crear cosas nuevas.

Es importante resaltar que es el único indicador donde se observa un grupo que considera que no hay nada que crear o hacer, pero es muy reducido, el 2.9%.

Motivación de las tareas que realiza el trabajador.

Las entidades financieras tienen normas establecidas por los organismos supervisores como la Superintendencia de Banca y Seguros, asimismo tienen procesos estandarizados y horarios de trabajo intensivos, por lo que debe tratarse de no caer en la rutina de hacer las mismas cosas siempre.

Se observa que la quinta parte de los trabajadores, el 20.0%, considera que el trabajo que realiza le motiva mucho, que es grato realizarlo. Un porcentaje menor, el 14.3% de ellos expresa que el trabajo le motiva regularmente. Sumados ambos constituyen cerca de la tercera parte.

Una cantidad muy grande, cerca de las dos terceras partes de los trabajadores, el 65.7%, consideran que el trabajo que realizan le motivan en algo, mostrando este porcentaje una baja motivación en la institución.

Motivación de las tareas que realizan los compañeros.

Es importante conocer como observa el trabajador el comportamiento de sus compañeros de trabajo en determinado tema. Este indicador permite comparar si hay una variación entre la observación de sí mismo y como se observa a los demás.

Encontramos que existen similares resultados entre la motivación que perciben de su trabajo y lo que observan de la motivación que tienen sus colegas sobre el trabajo que realizan en la empresa.

Se observa una cantidad pequeña de trabajadores, el 17.1%, que consideran que el trabajo que realizan les motiva mucho. También un porcentaje similar, el 17.1% de ellos expresan que hay una motivación regular. Ambos grupos representan una tercera parte de los trabajadores.

Cerca de las dos terceras partes de los trabajadores, el 65.7%, observan alguna motivación en el trabajo que realizan sus compañeros, mostrando de igual manera una baja motivación.

Exigencia de sus capacidades en el puesto.

Todo trabajador tiene un grado de capacidades en conocimientos, habilidades y actitudes que ha ido formando en el tiempo y que espera aplicarlos en su desempeño laboral. Muchas veces observará que el trabajo que realiza le exige todas sus capacidades y otras veces que hay poca exigencia.

Una cantidad importante, el 37.1% de ellos considera que el trabajo le exige mucho de sus capacidades. La mayor cantidad de los trabajadores, el 40.0%, considera que el trabajo que realiza tiene regular exigencia de sus capacidades. Sumados ambos representan las tres cuartas partes del total de trabajadores.

Cerca de la cuarta parte, el 22.9%, considera que su trabajo que realiza le exige algo de sus capacidades.

El puesto que desempeña está acorde con sus expectativas.

El trabajador cuando ingresa a laborar en una empresa o institución tiene expectativas sobre el futuro que le espera al interior de ella referente al tipo de trabajo que realizará, sobre el ambiente de trabajo en sus relaciones con otras personas que en ella laboran, respecto a la remuneración que percibirá, etc.

Se observa una cantidad reducida de trabajadores, el 20.0%, que considera que el trabajo está muy acorde con sus expectativas. Un porcentaje menor, el 14.3% de ellos expresa que el trabajo que se realiza está regularmente acorde con sus expectativas. Estas dos últimas apreciaciones constituyen juntas cerca de la tercera parte del total, cantidad bastante reducida.

La mayor parte de los trabajadores, cerca de las dos terceras partes, el 65.7%, consideran que el trabajo que realizan está algo acorde con sus expectativas.

El trabajo que realiza le alienta a aprender sobre el cliente.

Este factor tiene relación con el primero de los factores, el reto de aprender más, pero ahora relacionado con la atención al cliente. Los clientes constituyen diversos segmentos de mercado, clasificados por características que van desde los demográficos hasta los sicográficos, cada uno con un determinado comportamiento frente a los productos que se le ofrece

Más de la cuarta parte, el 25.7%, considera que su trabajo que realiza le alienta mucho a aprender sobre el cliente. La mayor cantidad de los trabajadores, el 40.0%, consideran que el trabajo que realiza le alienta regular a aprender sobre el cliente. Juntos representan cerca de las dos terceras partes del total., lo que significa que la gente quiere aprender más del comportamiento de los clientes, quienes son la razón de ser de la institución financiera.

Una cantidad importante, el 34.3% de ellos considera que el trabajo que realiza le alienta algo a aprender sobre el cliente.

El trabajo que realiza le alienta a aprender sobre el sector financiero.

Algo similar a lo explicado anteriormente, el sector financiero es cambiante en sus normas de regulación y en sus productos y servicios, por lo que se espera que haya una alta motivación de aprender más sobre este tema.

Más de la cuarta parte, el 25.7%, considera que su trabajo que realiza le alienta mucho a aprender sobre el sector financiero. La mayor cantidad de los trabajadores, el 45.7%, consideran que el trabajo que realiza le alienta regular a aprender sobre el sector financiero. Juntos representan cerca de las dos terceras partes. Esta voluntad de aprender del sistema financiero es similar a la voluntad de aprender sobre los clientes.

Una cantidad importante, el 28.6% de ellos considera que el trabajo que realiza le alienta algo a aprender sobre el sector financiero.

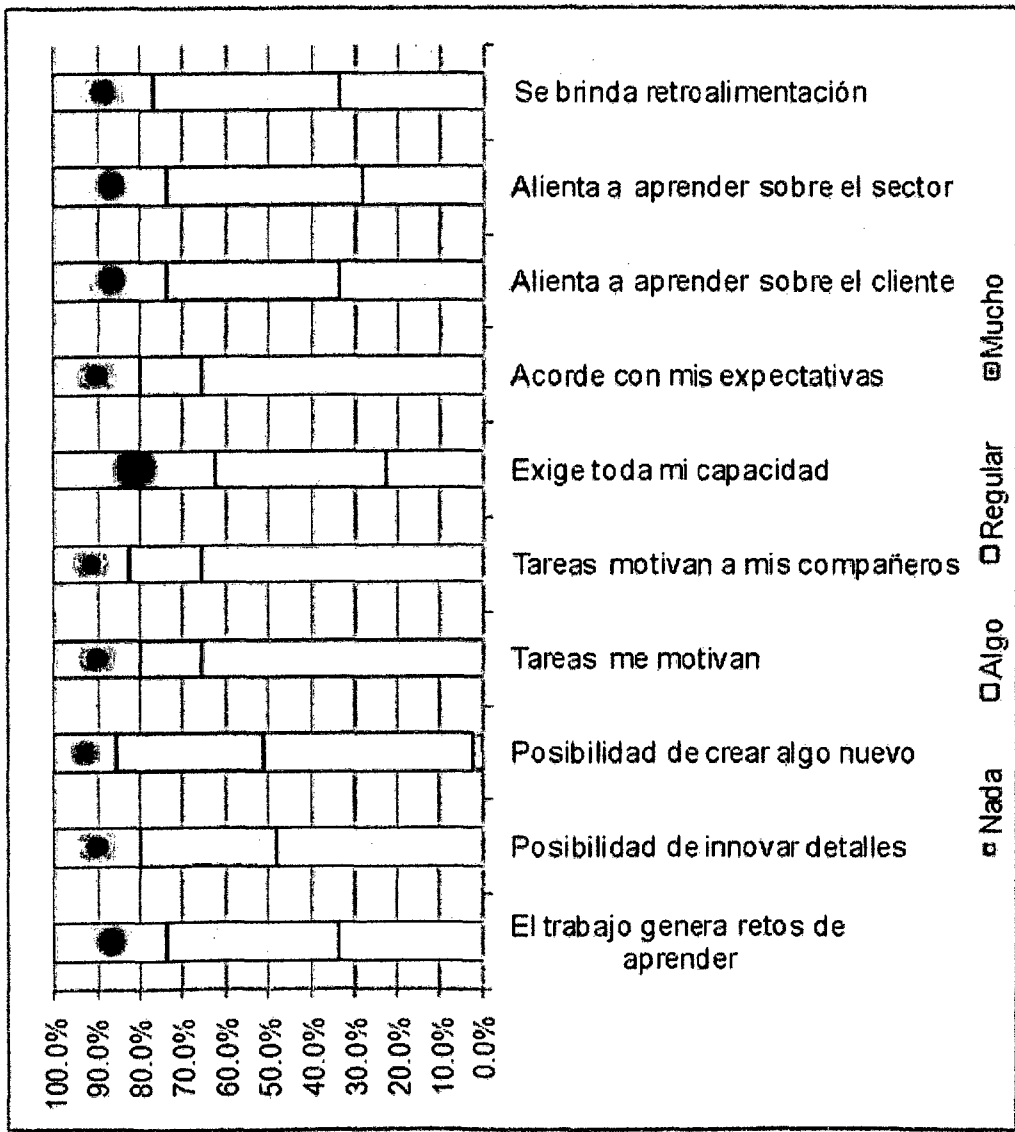
Retroalimentación sobre el trabajo que realiza.

Es necesario tener informaciones sobre los resultados que se logra en el trabajo que se realiza, pues esto nos da una visión holística de lo que se hace, de cuanto contribuimos en los productos o servicios que se brinda al cliente.

Menos de la cuarta parte, el 22.9%, considera que hay mucha retroalimentación sobre el trabajo que realiza. La mayor cantidad de los trabajadores, el 42.9%, consideran que hay regular retroalimentación sobre el trabajo que realiza. Juntos representan las dos terceras partes que consideran que reciben retroalimentación.

Otra cantidad importante, el 34.3% de ellos considera que hay alguna retroalimentación sobre el trabajo que realizan.

Gráfico 1: Compromiso con el trabajo en Mibanco agencia de la ciudad de Iquitos.



4.2 COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN DONDE TRABAJA.

Libertad para establecer sus objetivos.

La mayor cantidad de los trabajadores, el 51.4%, considera que no tienen ninguna libertad para establecer sus objetivos. Un porcentaje mucho menor, el 20.0% de ellos considera que tiene alguna libertad de establecer sus objetivos. Ambos segmentos representan más del 70% del total de trabajadores. Sumados ambos grupos representan más del 71% del total, Sólo una cantidad reducida, el 14.3%, opina que su institución le permite establecer sus objetivos, y otra cantidad similar que hay regular libertad sobre este tema.

Esfuerzo que se pone para alcanzar los objetivos institucionales.

El esfuerzo que se le pone a una tarea cuando se lo realiza está relacionado con la motivación que se siente por dicha tarea.

Un porcentaje importante, el 28.6%, considera que en las actividades para alcanzar los objetivos institucionales le pone mucho esfuerzo. Un porcentaje importante, el 42.9%, considera que para alcanzar estos objetivos le pone regular esfuerzo. Juntos representan el 71.5% del total de trabajadores.

Un porcentaje menor de los trabajadores, el 28.6%, considera que le pone algún esfuerzo para alcanzar los objetivos institucionales.

Relación entre la remuneración y los objetivos que se logra.

La quinta parte, el 20%, de los trabajadores considera que existe regular relación entre la remuneración y el logro de objetivos. Casi nadie, el 2.9%, considera que existe mucha relación entre la remuneración y el logro de los objetivos.

Un porcentaje alto, el 71.4%, considera que existe alguna relación del logro de objetivos con la remuneración que percibe. Este grupo nos muestra que la remuneración que están percibiendo guarda poca relación con su contribución al éxito institucional.

Las normas institucionales permiten la creatividad.

Un porcentaje alto, el 54.3%, considera que las normas institucionales permiten alguna permisibilidad de creatividad. Esta cantidad es bastante significativa y nos muestra una baja tendencia a apoyar la creatividad.

Cerca de la tercera parte, el 28.6%, de los trabajadores considera que existe regular permisibilidad de creatividad. Y un porcentaje importante, el 17.1%, considera que existe mucha permisibilidad hacia la creatividad.

Seguridad futura en el trabajo.

Cerca de la mitad, el 45.7%, considera que no tienen ninguna seguridad en el trabajo, y otra cantidad importante, el 25.7%, considera que tiene alguna seguridad. Juntos representan una cantidad significativa, más del 71%, de trabajadores que observan la escasa seguridad futura en el trabajo.

Otra cantidad menor, el 22.9%, considera que tiene mucha seguridad futura en su trabajo.

Horario de trabajo.

Cerca de la mitad, el 45.7%, considera que el horario es algo adecuado. Esta cantidad nos señala una baja calificación a los momentos en que asisten al centro laboral.

El 34.3% otorga una regular calificación al horario de trabajo, y el 20% que este es muy adecuado.

Relaciones de amistad entre colegas de trabajo.

El 57.1% considera que hay algunas relaciones de amistad entre colegas en el centro de trabajo. Pero, el 14.3% considera que son malas estas relaciones de amistad. Juntos constituyen una cantidad muy grande que califican al clima de relaciones de muy bajo.

Hay un porcentaje importante, el 20.0% que considera que las relaciones son muy buenas.

Respeto en la competencia entre colegas.

El 62.9% considera que en algo se respeta la competencia entre colegas en el centro de trabajo. Mientras que, el 11.4% considera que no hay ningún respeto a la competencia entre colegas. Juntos representan cerca de las tres cuartas partes del total, lo que se interpreta como una baja calificación al tema de la competencia leal entre colegas.

Pero, hay un 20% de los trabajadores que considera que si hay mucho respeto a la competencia entre colegas.

Reconocimiento interno al éxito en el trabajo.

El 22.9% considera que al interior de la organización se reconoce mucho el éxito del trabajador, y el 60% considera que hay un regular reconocimiento al éxito en el trabajo. La suma de ambos, cerca del 83%, nos muestra una regular calificación al reconocimiento que se recibe de la propia empresa

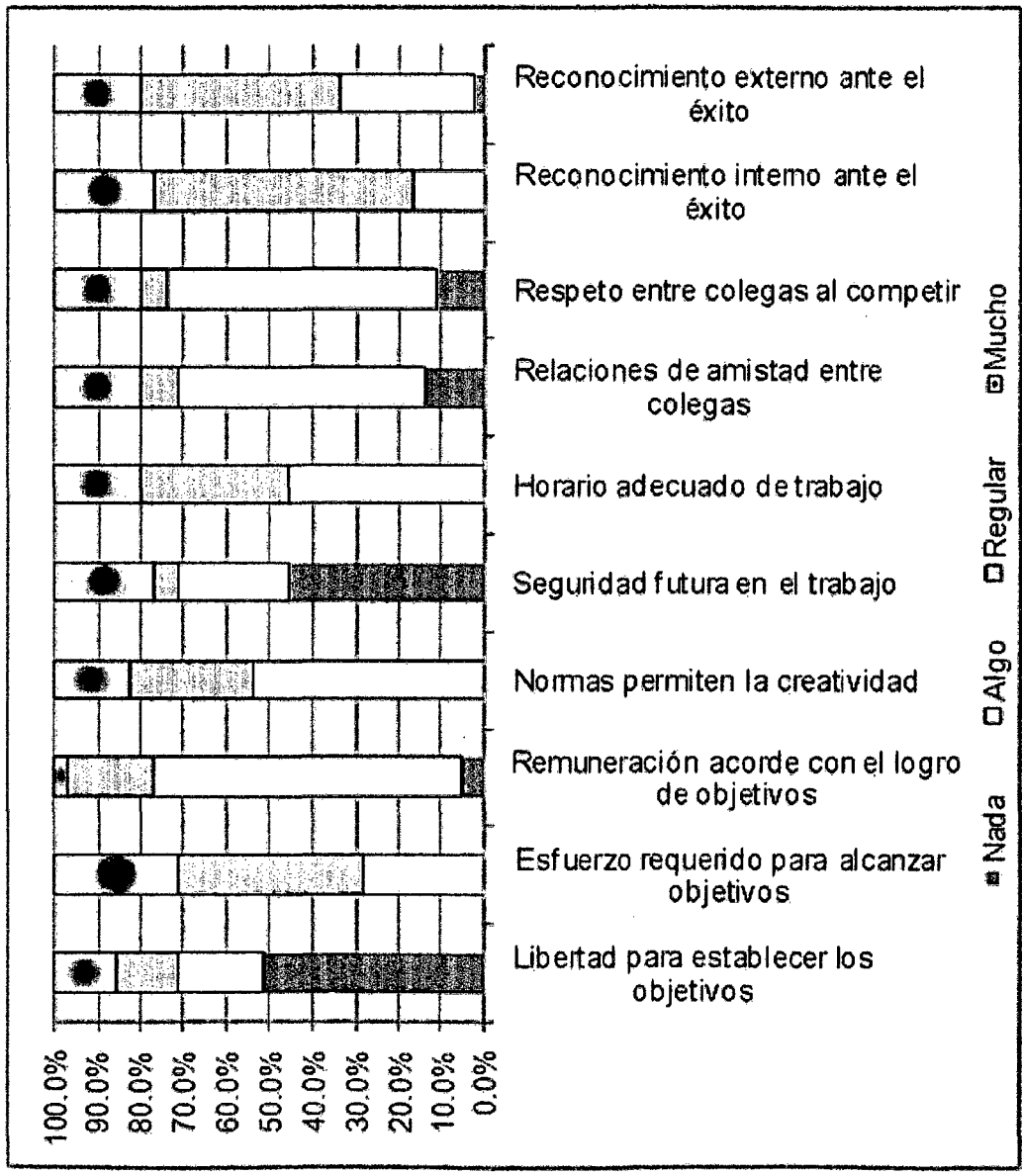
El 17.1% expresa que hay algún reconocimiento al interior de su centro laboral.

Reconocimiento externo al éxito en el trabajo.

El 20.0% considera que se realiza mucho reconocimiento externo al éxito del trabajador, y cerca de la mitad, el 45.7% considera que hay un regular reconocimiento al éxito en el trabajo. La suma de ambos, cerca de las dos tercera partes nos muestra una regular calificación al reconocimiento que la empresa lo hace público en el exterior.

El 31.4% expresa que observa algún reconocimiento que hace su centro laboral de sus trabajadores en los medios externos.

Gráfico 2: Compromiso con la organización en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos.



4.3 SATISFACCIÓN DEL TRABAJO.

Gusto personal por las tareas que se hace.

El 62.9% se encuentra regular satisfecho por las tareas que realiza en el trabajo. El 28.6% se encuentra muy satisfecho por las tareas que realiza en el trabajo. La suma de los dos grupos nos muestra una buena calificación del gusto por la tarea realizada.

Gusto de los colegas por las tareas que hacen.

Este factor se relaciona con el anterior y observamos una disonancia o diferencia grande entre lo que se percibe de uno mismo respecto de los colegas.

El 45.7% considera que sus colegas se encuentran algo satisfechos por las tareas que realizan en el trabajo. Este grupo nos muestra una baja calificación del gusto por la tarea realizada, que contrasta con el factor anterior.

El 17.1% se encuentra muy a gusto por las tareas que realiza en el trabajo, y el 37.1% tiene regular gusto por las tareas que realiza en el trabajo.

Posibilidad de desarrollo personal en la empresa,

El 65.7% de las personas considera que hay alguna posibilidad de desarrollarse en la empresa. Este grupo nos señala una baja calificación sobre el desarrollo personal que se espera tener en la organización.

El 25.7% considera que hay muchas posibilidades de desarrollarse en la empresa.

Posibilidad de desarrollo de los colegas en la empresa,

El 68.6% de las personas observa que sus colegas tienen alguna posibilidad de desarrollarse en la empresa. Este grupo nos señala una baja calificación de lo que observa sobre el desarrollo que sus colegas esperan tener en la organización.

El 22.9% considera que hay muchas posibilidades de desarrollarse en la empresa.

Contribución personal al éxito de la institución.

El 51.4% de los trabajadores considera que tiene una alta contribución al éxito de la institución.

A ello se agrega que el 34.3% considera que es regular su contribución al éxito de la institución. Esta suma de ambos grupos nos permite calificar como una buena percepción que tienen los trabajadores de su contribución a la empresa,

Contribución de los colegas al éxito de la institución

El 34.3% de los trabajadores considera que sus colegas tienen mucha contribución al éxito de la institución. Otra cantidad similar considera que sus colegas tienen regular contribución al éxito de la institución. Ambos grupos cerca de las dos terceras partes, nos permiten calificar que los trabajadores observan de sus colegas una regular contribución.

El 31.4% de los trabajadores considera que sus colegas tienen alguna contribución al éxito de la institución.

La empresa puede generar más rentabilidad.

El 28.6% considera que su empresa puede generar mucha más rentabilidad, y el 57.1% considera que su empresa puede generar regular rentabilidad. Ambos grupos, cerca del 86%, nos muestran que los trabajadores consideran que hay buenas posibilidades para la rentabilidad de la empresa.

La empresa puede crecer en el mercado.

El 31.64% considera que su empresa puede tener mucho crecimiento en el mercado, y una cantidad mayor, el 57.1%, considera que su empresa puede tener un regular mayor crecimiento en el mercado. Ambos grupos, cerca del 89%, nos muestran que los trabajadores consideran que hay buenas posibilidades para crecer en el mercado local.

Imagen de la empresa en los clientes.

El 25.7% de los trabajadores considera que se tiene buena imagen en los clientes, y cerca de la mitad, el 48.6%, de los trabajadores considera que se tiene regular imagen en los clientes. La suma de ambos grupos, cerca del 75%, nos permite calificar como regular la imagen ante los clientes.

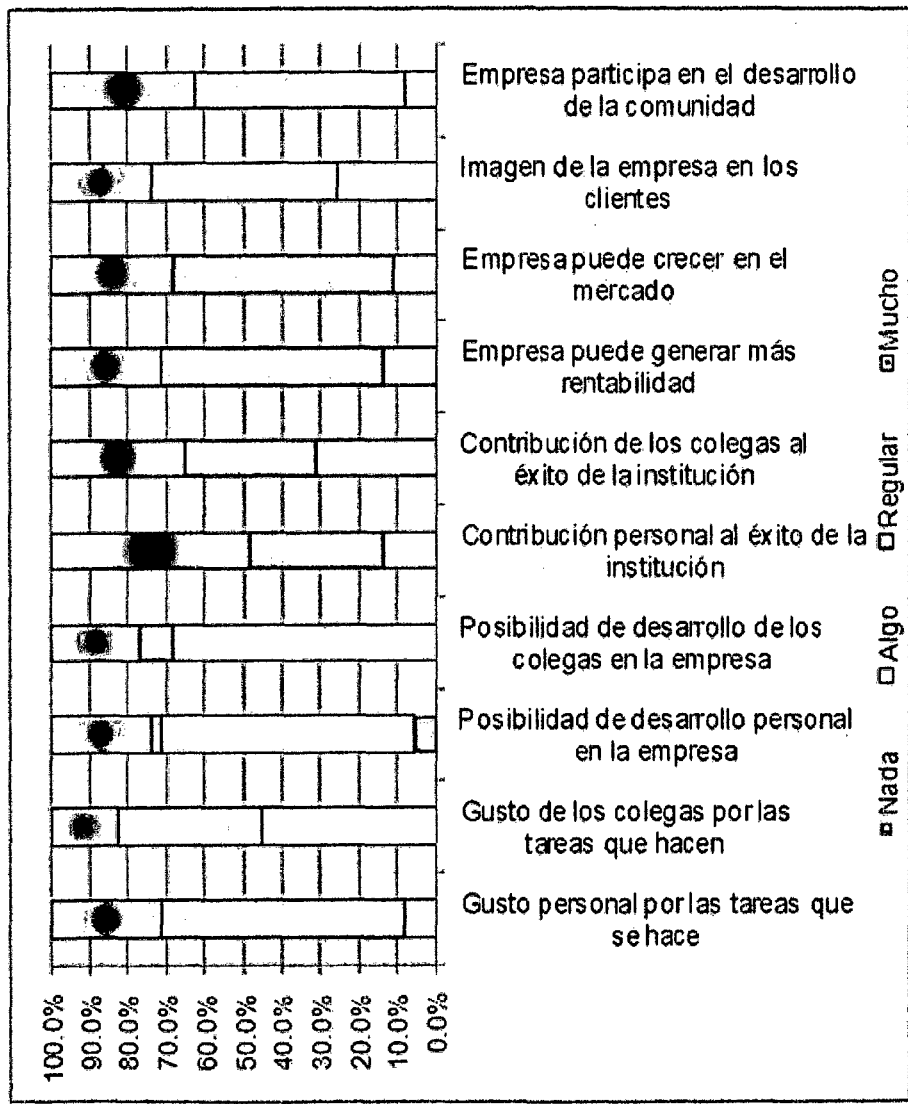
Una cantidad similar, el 25.7%, de los trabajadores considera que se tiene alguna buena imagen en los clientes.

La empresa participa en el desarrollo de la comunidad.

Ligeramente más de la mitad, el 54.3%, de los trabajadores considera que se tiene regular participación de la empresa en el desarrollo de la comunidad. El 37.1% de los trabajadores considera que se tiene buena participación de la empresa en el desarrollo de la comunidad. Ambos grupos representan cerca del 92%.

Una cantidad menor, el 8.6%, de los trabajadores considera que se tiene alguna buena participación en el desarrollo de la comunidad.

Gráfico 3: Satisfacción del trabajo en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos.



CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1 DISCUSIÓN SOBRE LAS MEDIDAS ESTADÍSTICAS.

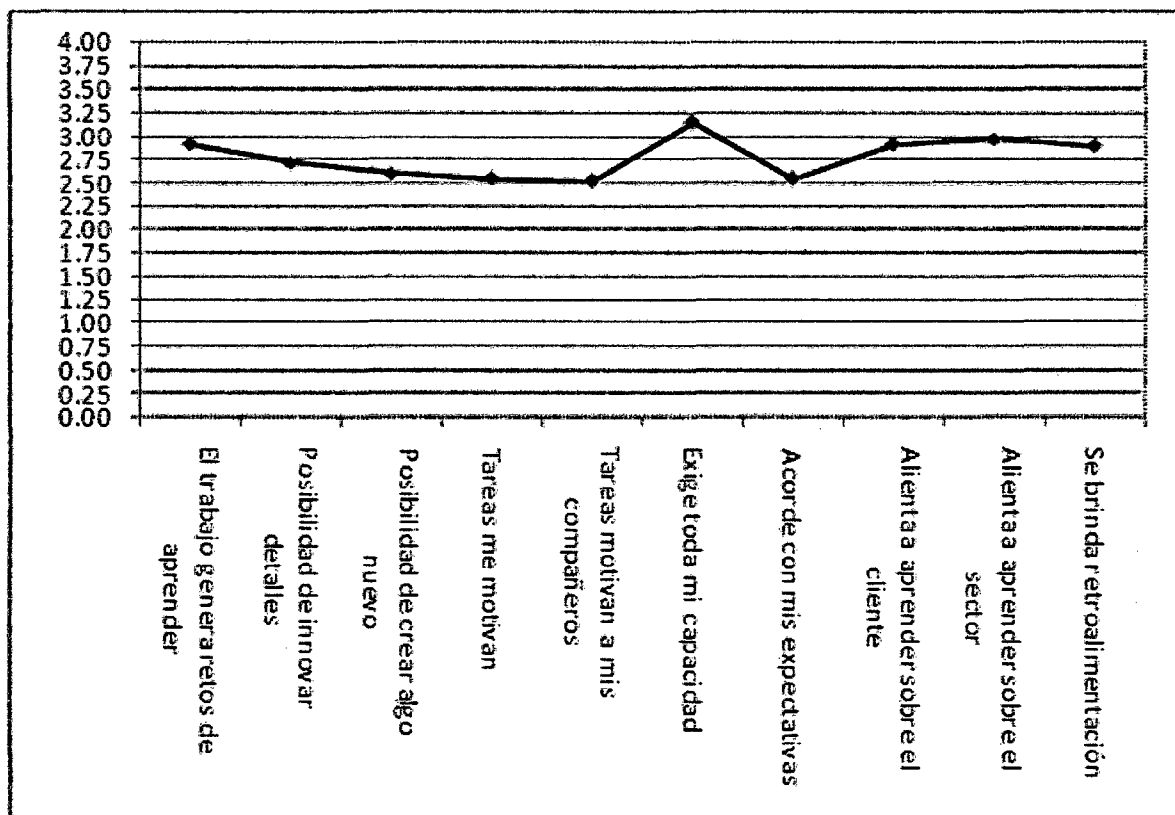
Referente al compromiso con el trabajo que se realiza se observa una similar variabilidad en el conjunto de opiniones de las personas, las que se encuentran en un rango entre un 24.58% y un 32.12%. Esto significa que en todos los factores el tamaño de la variación coincide.

Asimismo, el tamaño de la variación de opiniones es regular, lo que significa que no hay mucha divergencia de opiniones que expresan los trabajadores sobre cada factor.

De los diez factores, nueve se encuentran debajo de tres, expresando una baja calificación. El más bajo promedio, de 2.51, y corresponde a las tareas que motivan a los compañeros de trabajo. Este promedio es casi similar al que se obtiene, 2.54, en el factor de motivación que se percibe a si mismo sobre las tareas que realizan los colegas.

El más alto es el referido al factor de que el trabajo exige toda la capacidad para realizarla.

Gráfico 4: Promedio de los factores de compromiso con el trabajo que se realiza en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos.



Referente al compromiso con la organización se observa que hay significativa diferencia en la variabilidad del conjunto de opiniones de las personas, las que se encuentran en un rango entre un 20.90% y un 58.88%. Esto significa que en el conjunto de factores el tamaño de la variación es diferente.

Asimismo, el tamaño de la variación de opiniones es grande en unos casos y reducida en otros casos, lo que significa que hay mucha divergencia en las opiniones que expresan los trabajadores sobre cada factor.

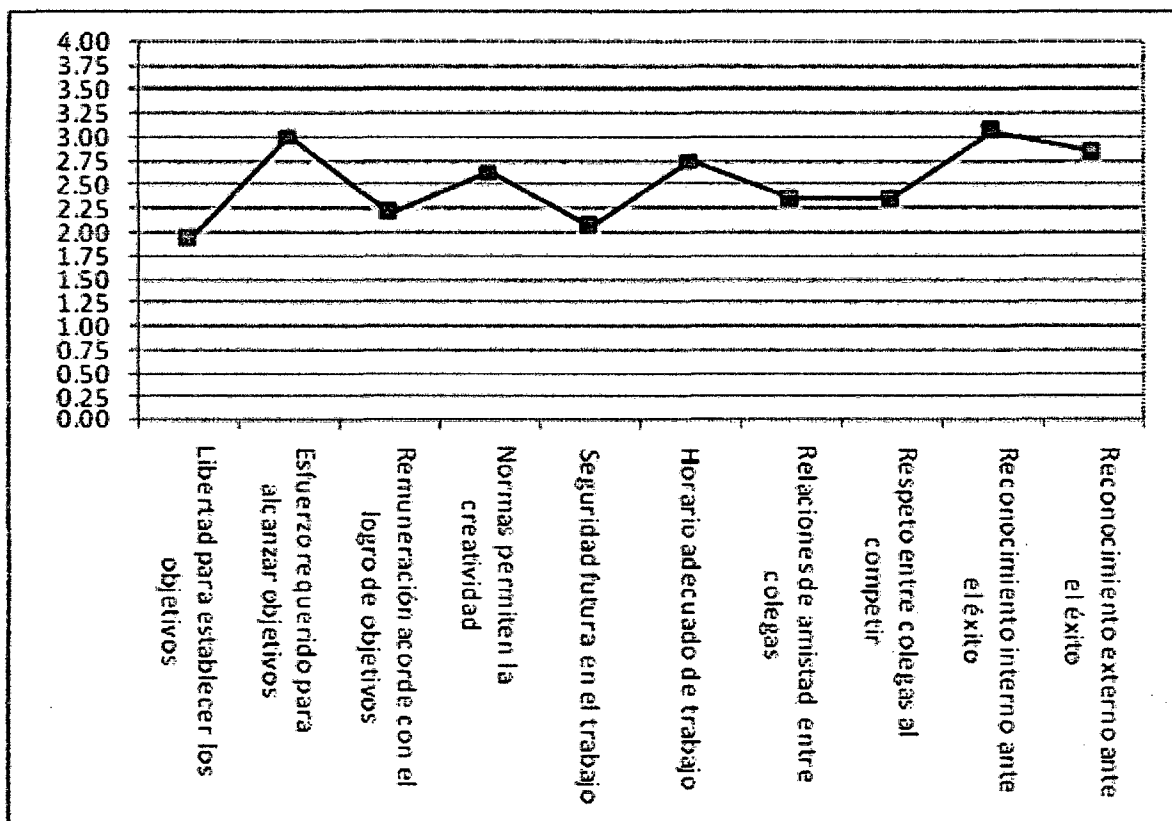
De los diez factores, dos se encuentran en 3.0 y ligeramente sobre este valor. Siete se encuentran entre dos y tres. Uno de ellos se encuentra debajo de dos. Todo esto representa diversas calificaciones.

El más bajo promedio, de 1.91, y corresponde a la libertad para establecer los objetivos.

Un valor cercano a este es 2.06, y corresponde al factor de seguridad futura en el trabajo.

El valor más alto es el referido al factor de reconocimiento interno ante el éxito.

Gráfico 5: Promedio de los factores de compromiso con la organización en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos.



Referente a la satisfacción del trabajo se observa que hay regular diferencia en la variabilidad del conjunto de opiniones de las personas, las que se encuentran en un rango entre un 18.92% y un 38.25%. Esto significa que en todos los factores de compromiso el tamaño de la variación es diferente.

Asimismo, el tamaño de la variación de opiniones es regular en unos casos y reducida en otros casos, lo que significa que si hay mucha divergencia de opiniones que expresan los trabajadores sobre cada uno de los factores.

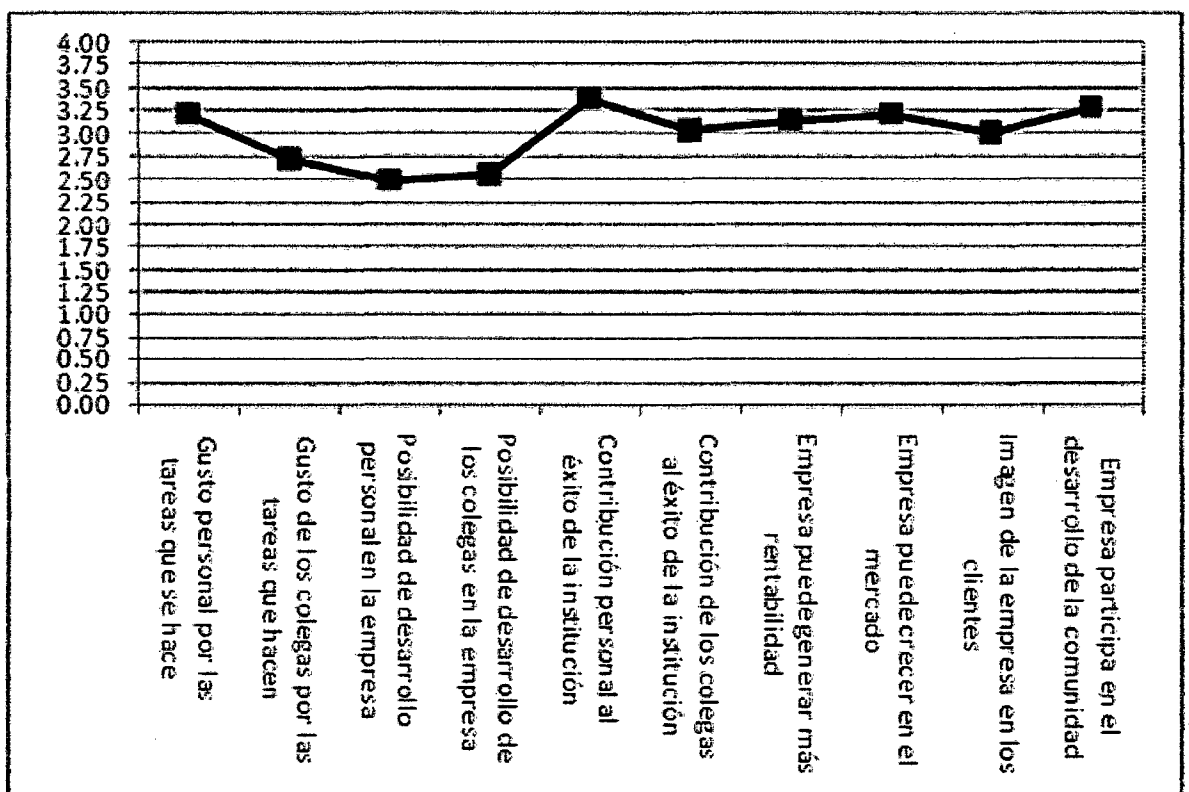
De los diez factores, siete se encuentran en 3.0 y sobre este valor. Tres factores se encuentran entre dos y tres.

El más bajo promedio, de 2.49, y corresponde a la posibilidad de desarrollo personal en la empresa.

Un valor cercano a este es 2.54, y corresponde al factor de posibilidad de desarrollo de los colegas en la empresa.

El valor más alto es el referido al factor de contribución personal al éxito de la institución.

Gráfico 6: Promedio de los factores de satisfacción en el trabajo en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos.



5.2 PRUEBA DE HIPÓTESIS

5.2.1 PRIMERA PRUEBA DE HIPÓTESIS.

Analizamos la relación que existe los factores con promedio menor de 3.00 y los factores con promedio igual o superior a 3.00 o que muestren una significativa tendencia en las opiniones cualitativas.

Tabla 1: Compromiso con el trabajo que se realiza

	Nada	Algo	Regular	Mucho
El trabajo genera retos de aprender	0.0%	34.3%	40.0%	25.7%
Exige toda mi capacidad	0.0%	22.9%	40.0%	37.1%
Alienta a aprender sobre el cliente	0.0%	34.3%	40.0%	25.7%
Alienta a aprender sobre el sector	0.0%	28.6%	45.7%	25.7%
Se brinda retroalimentación	0.0%	34.3%	42.9%	22.9%
Promedio de los 5 factores	0.0%	30.9%	41.7%	27.4%

	Nada	Algo	Regular	Mucho
Posibilidad de innovar detalles	0.0%	48.6%	31.4%	20.0%
Posibilidad de crear algo nuevo	2.9%	48.6%	34.3%	14.3%
Tareas me motivan	0.0%	65.7%	14.3%	20.0%
Tareas motivan a mis compañeros	0.0%	65.7%	17.1%	17.1%
Acorde con mis expectativas	0.0%	65.7%	14.3%	20.0%
Promedio de los 5 factores restantes	0.6%	58.9%	22.3%	18.3%

Para conocer la relación entre el promedio de los 5 factores y el promedio de los 5 factores restantes del compromiso con el trabajo, se determina la prueba *ji cuadrada* para demostrar estadísticamente si es cierto o no la relación.

1. Se establecen las hipótesis nula y alternativa:

H_0 : No existe diferencia entre la relación del promedio de los 5 factores y el promedio de los 5 factores restantes.

H_1 : Si existe diferencia entre la relación del promedio de los 5 factores y el promedio de los 5 factores restantes.

2. Nivel de significancia: 0.02. Es la probabilidad de un error de Tipo 1, que es la probabilidad de que se rechace una hipótesis nula verdadera.

3. Prueba estadística:
$$\chi^2 = \sum \left[\frac{f_o - f_e}{f_e} \right] \quad \text{con } k - 1 \text{ grados de libertad}$$

4. Regla de decisión:

Con $4 - 1 = 3$ grados de libertad y 0.02 de nivel de significancia, tenemos un valor crítico de:

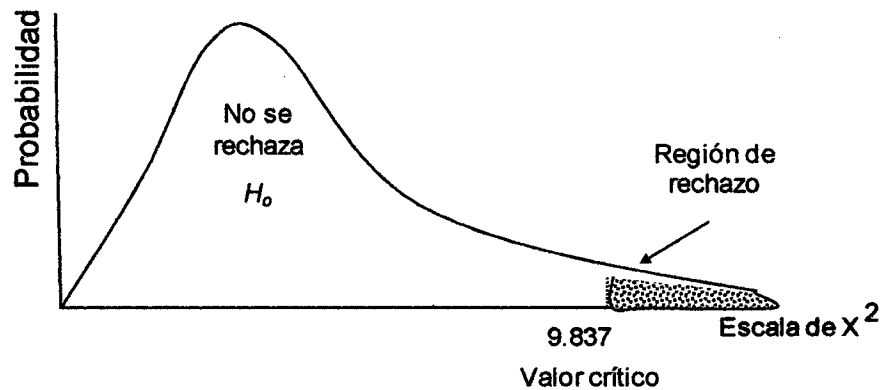


Tabla 2: Cálculo de la prueba estadística

Posibilidad	f_o	f_e	$f_o - f_e$	$(f_o - f_e)^2$	$(f_o - f_e)^2 / f_e$
Nada	0.0%	0.6%	-0.6%	0.0%	0.6%
Algo	30.9%	58.9%	-28.0%	7.8%	13.3%
Regular	41.7%	22.3%	19.4%	3.8%	16.9%
Mucho	27.4%	18.3%	9.1%	0.8%	4.6%
Total	100.0%	100.0%	0.0%		35.4%

El valor obtenido es igual a 35.4% y cae en la región de rechazo.

5. Calculado este valor, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la alternativa. Esto significa que si existe diferencia entre el promedio de los 5 factores de compromiso con el trabajo y el promedio de los 5 factores restantes.

5.2.2 SEGUNDA PRUEBA DE HIPÓTESIS.

Analizamos la relación que existe los factores con promedio menor de 3.00 y los factores con promedio igual o superior a 3.00 o que muestren una significativa tendencia en las opiniones cualitativas.

Tabla 3: Compromiso con la organización

	Nada	Algo	Regular	Mucho
Libertad para establecer los objetivos	51.4%	20.0%	14.3%	14.3%
Remuneración acorde con el logro de objetivos	5.7%	71.4%	20.0%	2.9%
Normas permiten la creatividad	0.0%	54.3%	28.6%	17.1%
Seguridad futura en el trabajo	45.7%	25.7%	5.7%	22.9%
Horario adecuado de trabajo	0.0%	45.7%	34.3%	20.0%
Relaciones de amistad entre colegas	14.3%	57.1%	8.6%	20.0%
Respeto entre colegas al competir	11.4%	62.9%	5.7%	20.0%
Promedio de los 7 factores	18.4%	48.2%	16.7%	16.7%

	Nada	Algo	Regular	Mucho
Esfuerzo requerido para alcanzar objetivos	0.0%	28.6%	42.9%	28.6%
Reconocimiento interno ante el éxito	0.0%	17.1%	60.0%	22.9%
Reconocimiento externo ante el éxito	2.9%	31.4%	45.7%	20.0%
Promedio de los 3 factores restantes	1.0%	25.7%	49.5%	23.8%

Para conocer la relación entre el promedio de 7 factores de compromiso con la organización y el promedio de 3 factores restantes se determina la prueba *ji cuadrada* para demostrar estadísticamente si es cierto o no la relación.

- Se establecen las hipótesis nula y alternativa:
 H_0 : No existe diferencia entre la relación del promedio de 7 factores de compromiso con la organización y el promedio de los 3 factores restantes.
 H_1 : Si existe diferencia entre la relación del promedio de 7 factores de compromiso con la organización y el promedio de los 3 factores restantes.
- Nivel de significancia: 0.02. Es la probabilidad de un error de Tipo 1, que es la probabilidad de que se rechace una hipótesis nula verdadera.

3. Prueba estadística:
$$\chi^2 = \sum \left(\frac{f_o - f_e}{f_e} \right)^2 \quad \text{con } k - 1 \text{ grados de libertad}$$

4. Regla de decisión:

Con $4 - 1 = 3$ grados de libertad y 0.02 de nivel de significancia, tenemos un valor crítico de:

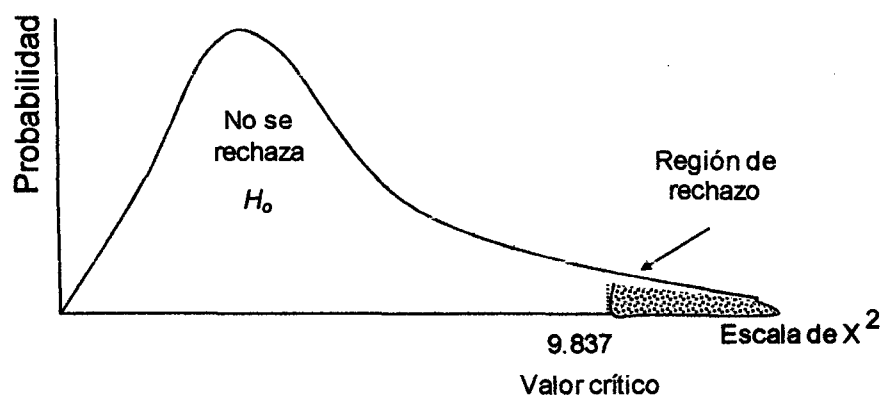


Tabla 4: Cálculo de la prueba estadística

Posibilidad	f_o	f_e	$f_o - f_e$	$(f_o - f_e)^2$	$(f_o - f_e)^2 / f_e$
Nada	18.4%	1.0%	17.4%	3.0%	318.4%
Algo	48.2%	25.7%	22.4%	5.0%	19.6%
Regular	16.7%	49.5%	-32.8%	10.8%	21.7%
Mucho	16.7%	23.8%	-7.1%	0.5%	2.1%
Total	100.0%	100.0%	0.0%		361.9%

El valor obtenido es igual a 361.9% y cae en la región de rechazo.

5. Calculado este valor, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la alternativa. Esto significa que si existe diferencia entre la relación del promedio de 7 factores de compromiso con la organización y el promedio de los 3 factores restantes.

5.2.3 TERCERA PRUEBA DE HIPÓTESIS.

Analizamos la relación que existe los factores con promedio menor de 3.00 y los factores con promedio igual o superior a 3.00 o que muestren una significativa tendencia en las opiniones cualitativas.

Tabla 5: Satisfacción en el trabajo que se realiza

	Nada	Algo	Regular	Mucho
Gusto de los colegas por las tareas que hacen	0.0%	45.7%	37.1%	17.1%
Posibilidad de desarrollo personal en la empresa	5.7%	65.7%	2.9%	25.7%
Posibilidad de desarrollo de los colegas en la empresa	0.0%	68.6%	8.6%	22.9%
Promedio de los 3 factores	1.9%	60.0%	16.2%	21.9%

	Nada	Algo	Regular	Mucho
Gusto personal por las tareas que se hace	0.0%	8.6%	62.9%	28.6%
Contribución personal al éxito de la institución	0.0%	14.3%	34.3%	51.4%
Contribución de los colegas al éxito de la institución	0.0%	31.4%	34.3%	34.3%
Empresa puede generar más rentabilidad	0.0%	14.3%	57.1%	28.6%
Empresa puede crecer en el mercado	0.0%	11.4%	57.1%	31.4%
Imagen de la empresa en los clientes	0.0%	25.7%	48.6%	25.7%
Empresa participa en el desarrollo de la comunidad	0.0%	8.6%	54.3%	37.1%
Promedio de los 7 factores restantes	0.0%	16.3%	49.8%	33.9%

Para conocer la relación entre el promedio de 3 factores de satisfacción en el trabajo y el promedio de los 7 factores restantes se determina la prueba *ji cuadrada* para demostrar estadísticamente si es cierto o no la relación.

- Se establecen las hipótesis nula y alternativa:
 H_o : No existe diferencia entre la relación del promedio de los 3 factores de satisfacción en el trabajo y el promedio de los 7 factores restantes.
 H_i : Si existe diferencia entre la relación del promedio de los 3 factores de satisfacción en el trabajo y el promedio de los 7 factores restantes.
- Nivel de significancia: 0.02. Es la probabilidad de un error de Tipo 1, que es la probabilidad de que se rechace una hipótesis nula verdadera.

3. Prueba estadística:
$$\chi^2 = \sum \left(\frac{f_o - f_e}{f_e} \right)^2$$
 con $k - 1$ grados de libertad

4. Regla de decisión:

Con $4 - 1 = 3$ grados de libertad y 0.02 de nivel de significancia, tenemos un valor crítico de:

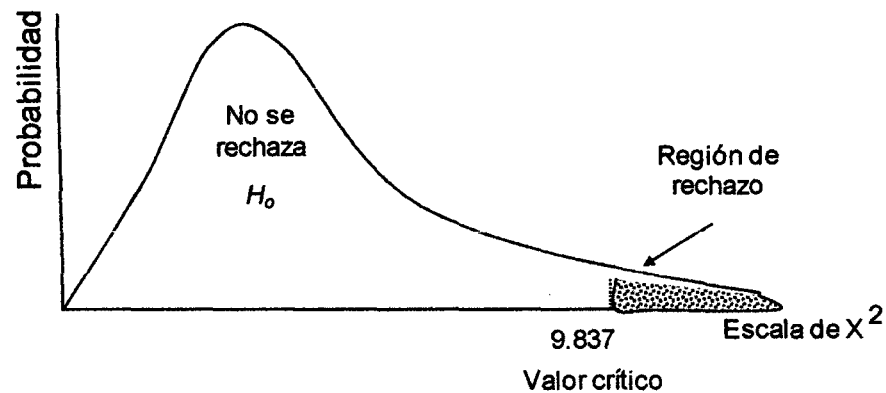


Tabla 6: Cálculo de la prueba estadística

Posibilidad	f_o	f_e	$f_o - f_e$	$(f_o - f_e)^2$	$(f_o - f_e)^2 / f_e$
Nada	1.9%	0.0%	1.9%	0.0%	0.0%
Algo	60.0%	16.3%	43.7%	19.1%	116.8%
Regular	16.2%	49.8%	-33.6%	11.3%	22.7%
Mucho	21.9%	33.9%	-12.0%	1.4%	4.2%
Total	100.0%	100.0%	0.0%		143.7%

El valor obtenido es igual a 143.7% y cae en la región de rechazo.

- Calculado este valor, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la alternativa. Esto significa que si existe diferencia entre la relación del promedio de 3 factores de satisfacción en el trabajo y el promedio de los 7 factores restantes.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

1. Respecto al indicador del compromiso con el trabajo concluimos que tiene una regular calificación en cinco factores de medición y baja calificación en los 5 factores restante, explicados a continuación:

a. La mayor calificación del clima organizacional es el referido a la exigencia de sus capacidades en el puesto. Las tres cuartas partes de los trabajadores señala que el trabajador siente que está aplicando regularmente sus capacidades.

b. El trabajo que realiza el trabajador le genera regulares retos de aprender, y de igual manera son los retos de aprender sobre el cliente. Donde es más alto el deseo de aprender es referente al sector financiero, sector con cambios en su normatividad y en los productos que se ofrece.

c. Las dos terceras partes que consideran que reciben regular retroalimentación sobre el trabajo que realizan.

d. Hay algunas posibilidades de innovar detalles en el trabajo que se realiza. ligeramente cerca de la mitad del total de trabajadores así lo expresa. De igual manera, hay algunas posibilidades de crear algo nuevo en el trabajo que se realiza. Si muy bien el sector financiero estandariza sus procesos operativos de otorgamiento de créditos, es posible innovar lo existente y crear algo nuevo.

e. Se observa una baja motivación en la institución; cerca de las dos terceras partes de los trabajadores así lo indica. Existen similares resultados entre la motivación que perciben de su trabajo y lo que observan de la motivación que tienen sus colegas sobre el trabajo que realizan en la empresa.

f. La mayor parte de los trabajadores, cerca de las dos terceras partes, otorgan una baja calificación de que el trabajo que realizan está acorde con sus expectativas. Una cantidad reducida, el 20.0%, considera que el trabajo está acorde con sus expectativas.

2. Respecto al indicador del compromiso con la organización concluimos que tiene una regular calificación en tres de sus factores de medición y una baja calificación en los 7 factores restantes, explicados a continuación:

a. La mayor calificación del clima organizacional es el referido al reconocimiento interno que se da al éxito en el trabajo. Cerca del 83%, opina que hay reconocimiento al interior de la propia empresa. Ligeramente menor es el reconocimiento externo al éxito en el trabajo que realiza la empresa.

b. Otra alta calificación se da en el esfuerzo que se pone para alcanzar los objetivos institucionales; el 71.5% del total de trabajadores señala que le pone esfuerzo a una tarea cuando lo realiza.

c. Respecto a la libertad para establecer sus objetivos la calificación es baja, más del 71% del total así lo expresa. Las normas institucionales permiten poca permisibilidad a la creatividad, el 54.3% así lo considera.

d. Hay una baja consideración sobre la seguridad en el trabajo, más del 71% de los trabajadores tiene esta calificación.

e. El 71.4% califica de baja la relación entre el logro de objetivos con la remuneración que percibe. Ello expresa que la remuneración que están percibiendo guarda poca relación con su contribución al éxito institucional.

f. También observamos una baja calificación sobre el horario de trabajo, el 45.7%, opina de esta manera.

g. Una cantidad muy grande que califican al clima de relaciones de amistad entre colegas de trabajo de muy bajo, más del 71% así lo señala. Las tres cuartas partes del total otorgan una baja calificación al tema de la competencia leal entre colegas. Asimismo, el 73% considera una baja calificación al respeto de la competencia entre colegas en el centro de trabajo.

3. Respecto al indicador de satisfacción en el trabajo concluimos que tiene una regular calificación en siete de sus factores de medición y una baja calificación en los 3 factores restantes, explicados a continuación:

a. La mayor calificación del clima organizacional está en la contribución personal al éxito de la institución, más del 85% tiene esta calificación. Cuando se califica lo que los trabajadores observan de sus colegas la calificación es ligeramente menor, constituido por las dos terceras partes.

b. Cerca del 86% de los trabajadores consideran que hay buenas posibilidades para que la empresa puede generar más rentabilidad. Una mayor cantidad, el 89%, de ellos consideran que hay buenas posibilidades para crecer en el mercado local.

c. Más del 90% se siente satisfecho por las tareas que realiza en el trabajo, tienen gusto por la tarea realizada. Situación diferente cuando se observa el gusto de sus colegas por las tareas que hacen. El 45.7% considera que sus colegas se encuentran algo satisfecho por las tareas que realiza en el trabajo.

d. Cerca del 75%, califican como regular la imagen que tiene la empresa ante los clientes. Cuando se toca el tema de la participación de la empresa en el desarrollo de la comunidad, cerca del 92% califican como regular.

e. Referente a la posibilidad de desarrollo personal en la empresa se observa una baja calificación, el 65.7% de las personas así lo consideran. Cuando observa la posibilidad de desarrollo de los colegas en la empresa esta baja calificación es ligeramente mayor.

CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES

1. Para lograr un mayor compromiso del trabajador con el trabajo que realiza se recomienda primero desarrollar estrategias para que las fortalezas, las cuales se encuentran con un calificativo de regular alcancen un calificativo de bueno.

Deberá brindarse mayor retroalimentación sobre el trabajo que realizan; esto permitirá observar que los esfuerzos que realiza el trabajador tiene un impacto grande en el contexto de la organización. Como señala LOVEY debemos mirar a las personas como contribuidores del éxito de la empresa. Una persona que observa el producto final al cual aporta con sus esfuerzos siente una alta motivación.

Se debe alentar el aprendizaje en temas de comportamiento del cliente y sobre la normatividad del sector financiero. Referente al cliente, este aprendizaje debe culminar en estructurar modelos de simulación para innovar las actividades actuales, y medir el impacto en la satisfacción del cliente.

Lo mismo se puede hacer con la creación de productos nuevos acordes con la realidad local.

2. En segundo orden, se trabajará sobre las principales debilidades referente al compromiso con el trabajo. La baja motivación en la institución está relacionado con lo que perciben de su trabajo y de lo que observan de sus colegas sobre el trabajo que realizan en la empresa. La participación en talleres de intercambio de ideas es importante para socializar las experiencias y especialmente escuchar las ideas innovadoras y creativas señaladas anteriormente.

3. Para lograr un mayor compromiso del trabajador con la organización es importante profundizar el reconocimiento interno que se da al éxito en el trabajo y realizar más acciones de reconocimiento externo al éxito en el trabajo. Este reconocimiento estará basado en el esfuerzo que se pone para alcanzar los objetivos institucionales; considerando que los trabajadores le ponen esfuerzo a sus tareas.

4. La empresa requiere establecer niveles de libertad para establecer sus objetivos, con normas que incorporen la creatividad en las funciones del trabajador. Las técnicas grupales de creatividad permitirán un escenario de mayor participación en el logro de los objetivos, un clima de relaciones de amistad entre colegas de trabajo y el respeto de la competencia entre colegas en el centro de trabajo.

5. Hay factores de Higiene como señala HERZBERG, como el horario de trabajo y la seguridad en el trabajo. Y los factores de motivación como establecer una relación entre el logro de objetivos con la remuneración que percibe y el sentimiento de que el futuro en la empresa es interesante.

6. Respecto al indicador de satisfacción en el trabajo se debe resaltar la contribución personal al éxito de la institución, promoviendo el aporte de ideas para generar más rentabilidad, incrementar la imagen que tiene la empresa ante los clientes.

CAPITULO VIII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALVIRA DOMÍNGUEZ, Tomás; CLAVELL, Luis y MELENDO GRANADOS, Tomás. 1989. Metafísica. En: PREZIOSA, María Marta. 2006. Agencia moral de la empresa: El aporte del análisis causal aristotélico. Cuadernos de Difusión, número 11 (21), diciembre 2006. Lima, Escuela de Administración de Negocios para Graduados (ESAN).
- CHIAVENTATO, Idalberto. 2009. Gestión del Talento Humano. Tercera edición, Bogotá: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. 596 p.
- CHIAVENATO, Idalberto. 2001. Administración, proceso administrativo. Tercera edición, Editorial McGraw Hill. Bogotá, Colombia.
- DAVENPORT, Thomas (1999). Capital humano, creando ventajas competitivas a través de las personas. Editorial Deusto, Primera edición. Bogotá, Colombia. p. 264.
- GARCIA, RICARDO Y RENGIFO, JACKIE (2008). Estudio de la empresa familiar en la ciudad de Iquitos. Tesis (Magister en Gestión Empresarial). Iquitos. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. Escuela de Postgrado. 58 p.
- GORDON, Judith R. 1997. Comportamiento organizacional. Quinta edición en español, traducido del inglés de la obra: Organizational Behavior, fifth edition. Editorial Prentice Hall, México. p. 762.
- DECRETO LEGISLATIVO N° 728, Ley de Fomento del Empleo, publicado el 08 de noviembre de 1991. Disponible en: www.elperuano.gob.pe.
- LOVEY, Imre (1996). Preparación de las corporaciones para competir en el siglo XXI. En: V Congreso Internacional de Desarrollo Organizacional, Universidad de Lima. Fondo de Desarrollo Editorial.

MIBANCO. 2008. Sistema Normativo de Mibanco, banco de la microempresa, Julio 2008. Manual de conducta y ética con actualizaciones aprobadas en sesión de Directorio N°119. Pp. 21 – 22.

POU MUNT, Guillermo. 2005. Integración de la ética en la gestión de las personas y los medios para la sostenibilidad del cambio. En: VIII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Ética, Negocios y Economía (Valparaíso, Chile, 11 y 12 de agosto de 2005). Cuadernos de Difusión, número 10, 2005. Lima, Escuela de Administración de Negocios para Graduados (ESAN).

ROBBINS, Stephen P. 1999. Comportamiento Organizacional. Octava Edición en español traducido de la octava edición en inglés de la obra: Organizational Behavior, Concepts, Controversies, Applications. Editorial Prentice Hall, México. p. 816.

VELARDE, Ernesto (2010). Comentando los resultados de la Encuesta elaborado por Trabajando.com. Diario Gestión, 13 de julio del 2010. p. 05.

A N E X O S

ANEXO 01: CUESTIONARIO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Instrucciones:

Agradeceré a usted responder al siguiente cuestionario académico.

Encierre en un círculo el número que expresa su respuesta.

I. COMPROMISO CON EL TRABAJO QUE SE REALIZA.

Califique el trabajo que realiza:	Nada	Algo	Regular	Mucho
1. El trabajo que realizo me genera retos de aprender mas.	1	2	3	4
2. Es posible innovar algunos detalles del trabajo que se realiza	1	2	3	4
3. Es posible crear algo nuevo en el trabajo	1	2	3	4
4. Siento que las tareas que se realizan son motivadoras.	1	2	3	4
5. Mis colegas sienten que sus tareas son motivadoras	1	2	3	4
6. El puesto me exige desarrollar toda mi capacidad	1	2	3	4
7. El puesto que desempeño está acorde con mis expectativas	1	2	3	4
8. Se alienta a aprender más sobre el cliente	1	2	3	4
9. Se alienta a aprende más sobre el sector financiero	1	2	3	4
10. Se brinda retroalimentación de lo que se hace	1	2	3	4

II. COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN DONDE TRABAJA.

Califique la organización donde trabaja:	Nada	Algo	Regular	Mucho
11. Tengo libertad para establecer mis objetivos	1	2	3	4
12. Los objetivos a alcanzar requieren de todo mi esfuerzo	1	2	3	4
13. La remuneración está acorde al logro de mis objetivos	1	2	3	4
14. Las normas de la institución permiten la creatividad	1	2	3	4
15. Siento que hay seguridad futura en la empresa	1	2	3	4
16. El horario de trabajo es adecuado.	1	2	3	4
17. Hay buenas relaciones de amistad entre los colegas de trabajo	1	2	3	4
18. Los colegas se respetan cuando se trata de competir	1	2	3	4
19. Hay reconocimiento interno para quien logra éxito en el trabajo	1	2	3	4
20. Hay reconocimiento externo para quien logra éxito en el trabajo	1	2	3	4

III. SATISFACCIÓN DEL TRABAJO.

Califique la satisfacción en el trabajo:	Nada	Algo	Regular	Mucho
21. Siento gusto por las tareas que hago	1	2	3	4
22. Mis colegas sienten gusto por las tareas que hacen	1	2	3	4
23. Siento que hay posibilidades de desarrollo en la empresa	1	2	3	4
24. Mis colegas sienten posibilidades de desarrollo en la empresa.	1	2	3	4
25. Siento que mi trabajo contribuye al éxito de la institución	1	2	3	4
26. Mis colegas sienten que contribuyen al éxito de la institución	1	2	3	4
27. La empresa puede generar más rentabilidad	1	2	3	4
28. La empresa puede crecer más en el mercado	1	2	3	4
29. La empresa tiene una buena imagen en los clientes	1	2	3	4
30. La empresa participa en el desarrollo de la comunidad	1	2	3	4

ANEXO 02: DATOS OBTENIDOS AL APLICAR EL CUESTIONARIO

Cuadro 1: Opinión del compromiso con el trabajo que se realiza en Mibanco
Agencia de la ciudad de Iquitos.

Factores de medición	Nada	Algo	Regular	Mucho
El trabajo genera retos de aprender	0.0%	34.3%	40.0%	25.7%
Posibilidad de innovar detalles	0.0%	48.6%	31.4%	20.0%
Posibilidad de crear algo nuevo	2.9%	48.6%	34.3%	14.3%
Las tareas me motivan	0.0%	65.7%	14.3%	20.0%
Las tareas motivan a mis compañeros	0.0%	65.7%	17.1%	17.1%
Exige toda mi capacidad	0.0%	22.9%	40.0%	37.1%
Acorde con mis expectativas	0.0%	65.7%	14.3%	20.0%
Alienta a aprender sobre el cliente	0.0%	34.3%	40.0%	25.7%
Alienta a aprender sobre el sector	0.0%	28.6%	45.7%	25.7%
Se brinda retroalimentación	0.0%	34.3%	42.9%	22.9%

Cuadro 2: Medidas estadísticas del compromiso con el trabajo que se realiza en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos.

Factores de medición	Promedio	Moda	Desviación estándar	Variación
El trabajo genera retos de aprender	2.91	3.00	0.78	26.80%
Posibilidad de innovar detalles	2.71	2.00	0.79	29.05%
Posibilidad de crear algo nuevo	2.60	2.00	0.77	29.79%
Tareas me motivan	2.54	2.00	0.82	32.12%
Tareas motivan a mis compañeros	2.51	2.00	0.78	31.07%
Exige toda mi capacidad	3.14	3.00	0.77	24.58%
Acorde con mis expectativas	2.54	2.00	0.82	32.12%
Alienta a aprender sobre el cliente	2.91	3.00	0.78	26.80%
Alienta a aprender sobre el sector	2.97	3.00	0.75	25.14%
Se brinda retroalimentación	2.89	3.00	0.76	26.27%

Cuadro 3: Opinión del compromiso con la organización en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos.

Factores de medición	Nada	Algo	Regular	Mucho
Libertad para establecer los objetivos	51.4%	20.0%	14.3%	14.3%
Esfuerzo requerido para alcanzar objetivos	0.0%	28.6%	42.9%	28.6%
Remuneración acorde con el logro de objetivos	5.7%	71.4%	20.0%	2.9%
Normas institucionales permiten la creatividad	0.0%	54.3%	28.6%	17.1%
Seguridad futura en el trabajo	45.7%	25.7%	5.7%	22.9%
Horario adecuado de trabajo	0.0%	45.7%	34.3%	20.0%
Relaciones de amistad entre colegas	14.3%	57.1%	8.6%	20.0%
Respeto entre colegas al competir	11.4%	62.9%	5.7%	20.0%
Reconocimiento interno ante el éxito	0.0%	17.1%	60.0%	22.9%
Reconocimiento externo ante el éxito	2.9%	31.4%	45.7%	20.0%

Cuadro 4: Medidas estadísticas de opinión del compromiso con la organización en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos.

	Promedio	Moda	Desviación estándar	Variación
Libertad para establecer los objetivos	1.91	1.00	1.12	58.57%
Esfuerzo requerido para alcanzar objetivos	3.00	3.00	0.77	25.57%
Remuneración acorde con el logro de objetivos	2.20	2.00	0.58	26.55%
Normas permiten la creatividad	2.63	2.00	0.77	29.30%
Seguridad futura en el trabajo	2.06	1.00	1.21	58.88%
Horario adecuado de trabajo	2.74	2.00	0.78	28.44%
Relaciones de amistad entre colegas	2.34	2.00	0.97	41.33%
Respeto entre colegas al competir	2.34	2.00	0.94	40.02%
Reconocimiento interno ante el éxito	3.06	3.00	0.64	20.90%
Reconocimiento externo ante el éxito	2.83	3.00	0.93	32.78%

Cuadro 5: Opinión sobre la satisfacción del trabajo en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos.

Factores de medición	Nada	Algo	Regular	Mucho
Gusto personal por las tareas que se hace	0.0%	8.6%	62.9%	28.6%
Gusto de los colegas por las tareas que hacen	0.0%	45.7%	37.1%	17.1%
Posibilidad de desarrollo personal en la empresa	5.7%	65.7%	2.9%	25.7%
Posibilidad de desarrollo de los colegas en la empresa	0.0%	68.6%	8.6%	22.9%
Contribución personal al éxito de la institución	0.0%	14.3%	34.3%	51.4%
Contribución de los colegas al éxito de la institución	0.0%	31.4%	34.3%	34.3%
Empresa puede generar más rentabilidad	0.0%	14.3%	57.1%	28.6%
Empresa puede crecer en el mercado	0.0%	11.4%	57.1%	31.4%
Imagen de la empresa en los clientes	0.0%	25.7%	48.6%	25.7%
Empresa participa en el desarrollo de la comunidad	0.0%	8.6%	54.3%	37.1%

Cuadro 6: Medidas estadísticas de la satisfacción del trabajo en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos.

	Promedio	Moda	Desviación estándar	Variación
Gusto personal por las tareas que se hace	3.20	3.00	0.58	18.25%
Gusto de los colegas por las tareas que hacen	2.71	2.00	0.75	27.64%
Posibilidad de desarrollo personal en la empresa	2.49	2.00	0.95	38.25%
Posibilidad de desarrollo de los colegas en la empresa	2.54	2.00	0.85	33.51%
Contribución personal al éxito de la institución	3.37	4.00	0.73	21.68%
Contribución de los colegas al éxito de la institución	3.03	3.00	0.82	27.14%
Empresa puede generar más rentabilidad	3.14	3.00	0.65	20.62%
Empresa puede crecer en el mercado	3.20	3.00	0.63	19.76%
Imagen de la empresa en los clientes	3.00	3.00	0.73	24.25%
Empresa participa en el desarrollo de la comunidad	3.29	3.00	0.62	18.92%

Anexo No. 03

TESIS: "Evaluación del clima organizacional en Mibanco agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010".

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE DE ESTUDIO	INDICADORES	INDICES
<p>¿Cómo se percibe el clima organizacional en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010?</p> <p>¿Qué compromiso con el trabajo en el clima organizacional poseen los colaboradores de Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010?</p> <p>¿Qué compromiso organizacional en el clima organizacional poseen los colaboradores el clima organizacional en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010?</p> <p>¿Qué satisfacción en el trabajo en el clima organizacional poseen los colaboradores el clima organizacional en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Evaluar el clima organizacional en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <p>a. Analizar el compromiso con el trabajo en el clima organizacional que poseen los colaboradores de Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010.</p> <p>b. Analizar el compromiso organizacional en el clima organizacional que poseen los colaboradores de Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010.</p> <p>c. Analizar la satisfacción en el trabajo en el clima organizacional que poseen los colaboradores de Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010.</p> <p>d. Plantear estrategias para mejorar el clima organizacional en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos.</p>	<p>GENERAL:</p> <p>"El clima organizacional en Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos se percibe de una forma insatisfactoria en los colaboradores".</p> <p>ESPECÍFICAS:</p> <p>a. Se percibe un bajo compromiso con el trabajo en el clima organizacional en los colaboradores de Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010.</p> <p>b. Se percibe un bajo compromiso con la organización en el clima organizacional en los colaboradores de Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010.</p> <p>c. Se percibe una baja satisfacción en el trabajo en el clima organizacional en los colaboradores de Mibanco Agencia de la ciudad de Iquitos durante el año 2010.</p>	<p>Clima organizacional</p>	<p>Compromiso con el trabajo</p> <p>Compromiso con la organización</p> <p>Satisfacción del trabajo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Retos de aprendizaje. - Innovación y creatividad en el trabajo. - Tareas motivadoras. - Uso de las capacidades. - Expectativas con el puesto. - Aliento al conocimiento del mercado. - Aliento al conocimiento de la tarea. - Retroalimentación de lo realizado. - Libertad para definir los objetivos. - Retos de los objetivos. - Relación objetivos y sueldo. - Normas motivadoras a la creatividad. - Seguridad en el trabajo. - Horario del trabajo - Relaciones interpersonales. - Respeto de los compañeros cuando se compite. - Reconocimiento interno y externo en la empresa. - Percepción de la persona con su tarea. - Percepción de la persona en la institución. - Percepción de la empresa en el mercado y la sociedad.