

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**



ESCUELA DE POSGRADO

TESIS

**COMPROMISO ORGANIZACIONAL Y
ATENCIÓN AL USUARIO EN LA
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE
CARQUÍN, 2019**

PRESENTADO POR:

ANGELA YANET QUIROZ CORREA

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN GESTIÓN
PÚBLICA**

ASESOR:

Dr. LUIS ALBERTO BALDEOS ARDIAN

HUACHO - 2019

**COMPROMISO ORGANIZACIONAL Y ATENCIÓN AL USUARIO
EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CARQUÍN, 2019**

ANGELA YANET QUIROZ CORREA

TESIS DE MAESTRÍA

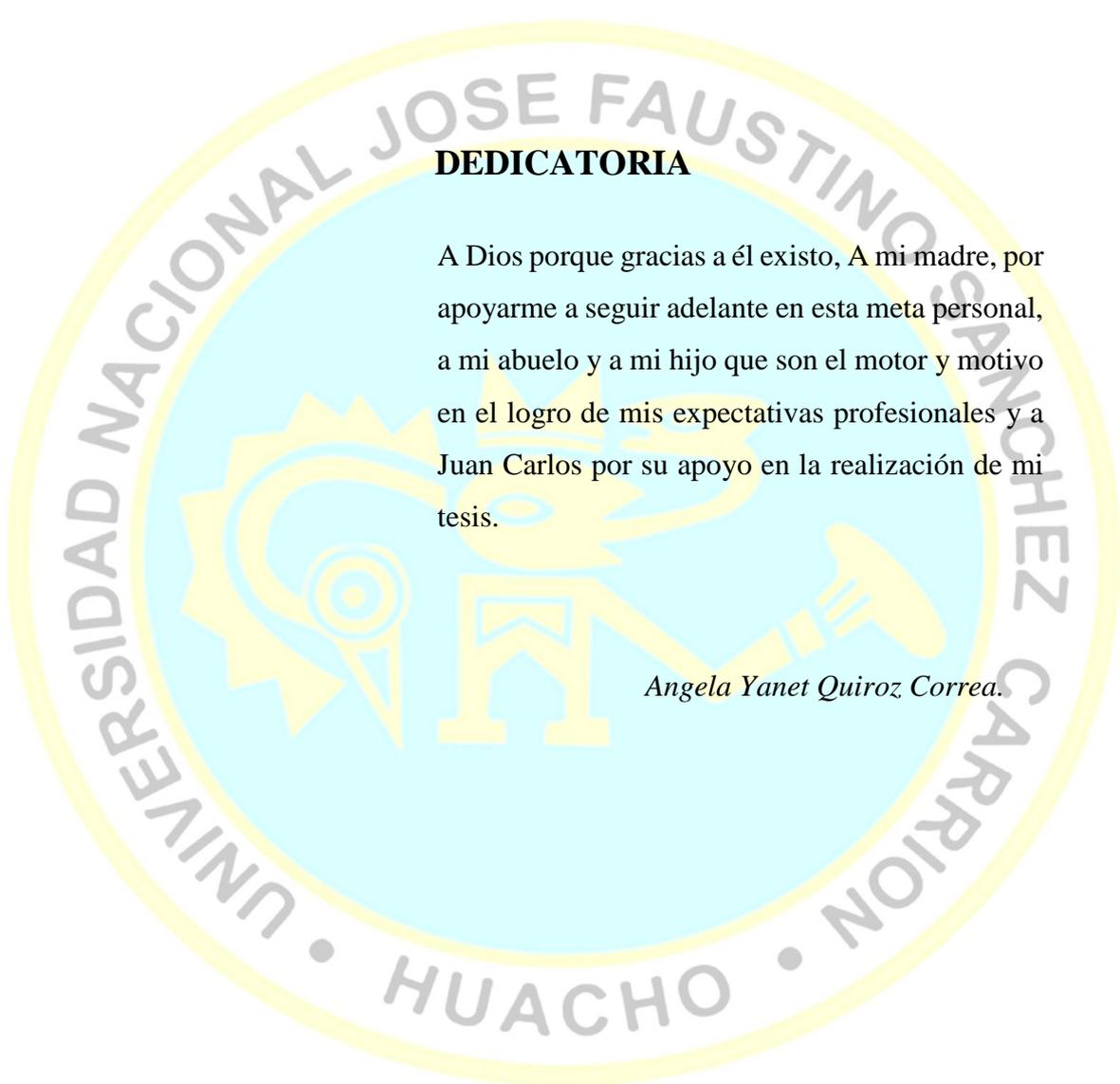
ASESOR: Dr. LUIS ALBERTO BALDEOS ARDIAN

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
ESCUELA DE POSGRADO**

MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA

HUACHO

2019

The logo of the Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrion Huacho is a circular emblem. It features a central yellow sun with rays, a gear, and a stylized figure. The text "UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRION" is written in a circle around the top, and "HUACHO" is at the bottom, separated by two dots.

DEDICATORIA

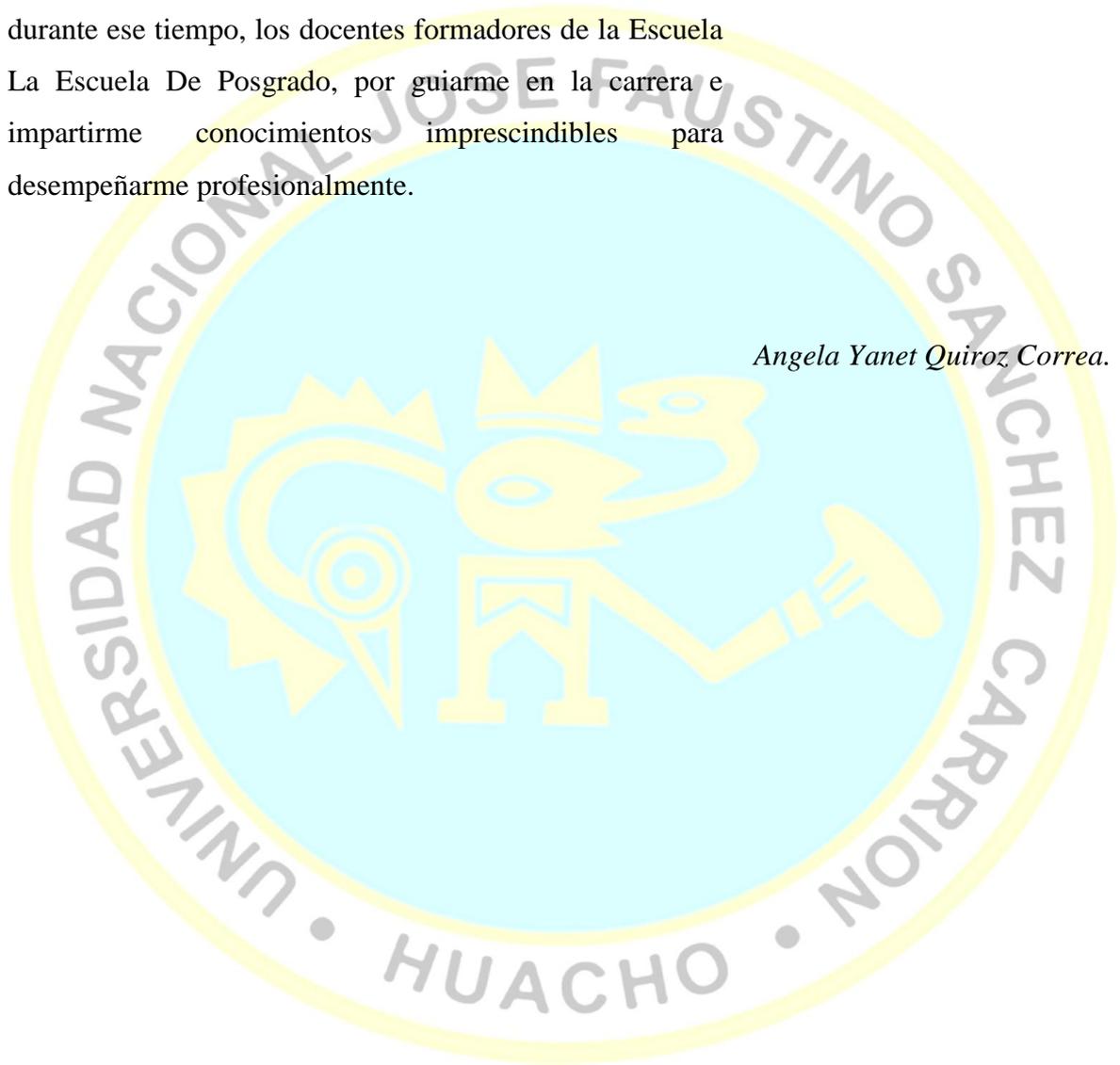
A Dios porque gracias a él existo, A mi madre, por apoyarme a seguir adelante en esta meta personal, a mi abuelo y a mi hijo que son el motor y motivo en el logro de mis expectativas profesionales y a Juan Carlos por su apoyo en la realización de mi tesis.

Angela Yanet Quiroz Correa.

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento muy especial, a las autoridades de la Escuela de Posgrado de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión., por darme la oportunidad de formar mis conocimientos y experiencia profesional, acogiéndome durante ese tiempo, los docentes formadores de la Escuela La Escuela De Posgrado, por guiarme en la carrera e impartirme conocimientos imprescindibles para desempeñarme profesionalmente.

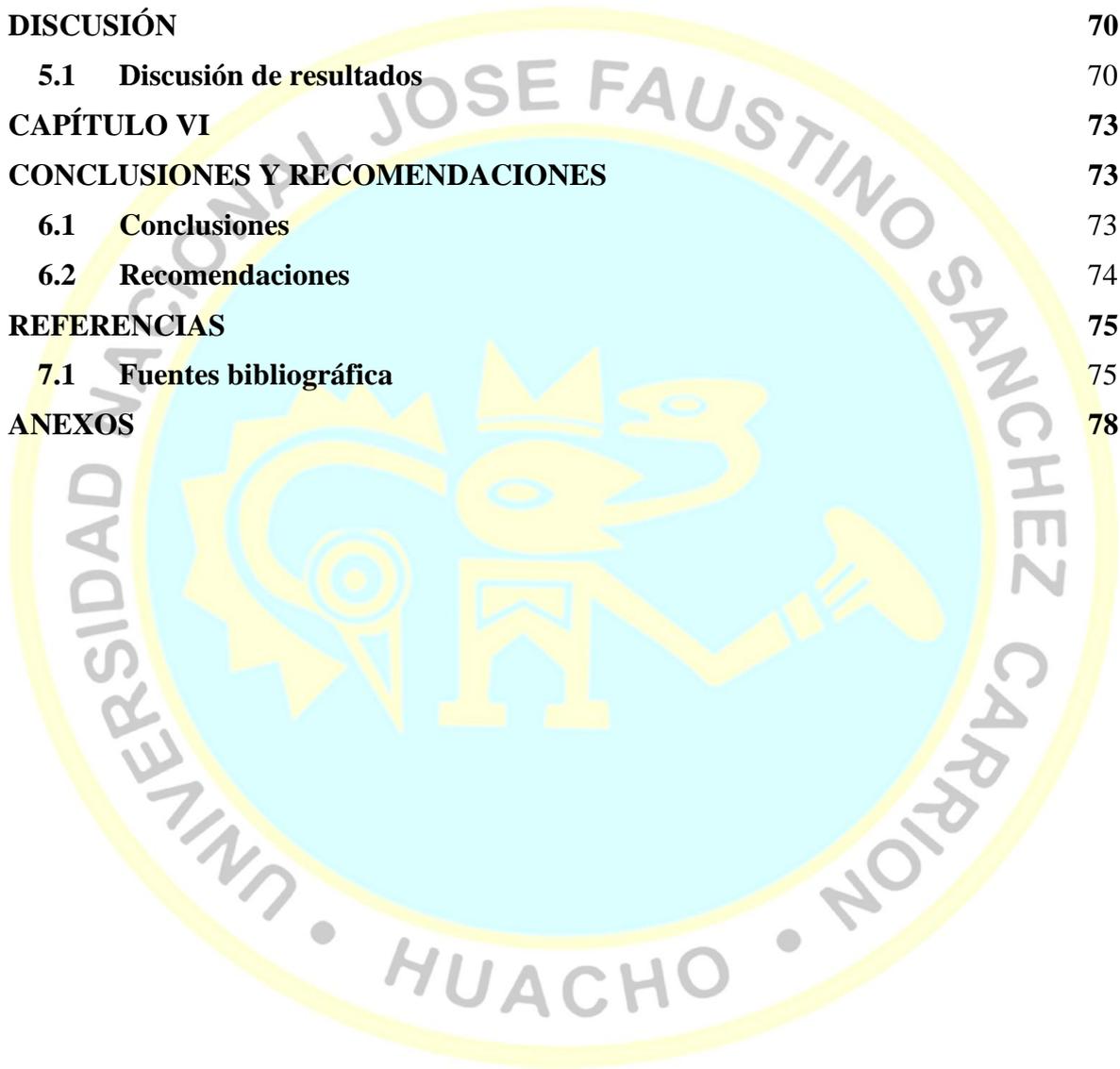
Angela Yanet Quiroz Correa.



ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
CAPÍTULO I	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción de la realidad problemática	1
1.2 Formulación del problema	3
1.2.1 Problema general	3
1.2.2 Problemas específicos	3
1.3 Objetivos de la investigación	3
1.3.1 Objetivo general	3
1.3.2 Objetivos específicos	3
1.4 Justificación de la investigación	4
1.5 Delimitaciones del estudio	4
1.6 Viabilidad del estudio	4
CAPÍTULO II	5
MARCO TEÓRICO	5
2.1 Antecedentes de la investigación	5
2.1.1 Investigaciones internacionales	5
2.1.2 Investigaciones nacionales	6
2.2 Bases teóricas	7
2.3 Definición de términos básicos	44
2.4 Hipótesis de investigación	45
2.4.1 Hipótesis general	45
2.4.2 Hipótesis específicas	45
2.5 Operacionalización de las variables	46
CAPÍTULO III	48
METODOLOGÍA	48
3.1 Diseño metodológico	48
3.2 Población y muestra	48
3.2.1 Población	48
3.2.2 Muestra	49

3.3	Técnicas de recolección de datos	50
3.4	Técnicas para el procesamiento de la información	51
CAPÍTULO IV		52
RESULTADOS		52
4.1	Análisis de resultados	52
4.2	Contrastación de hipótesis	65
CAPÍTULO V		70
DISCUSIÓN		70
5.1	Discusión de resultados	70
CAPÍTULO VI		73
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		73
6.1	Conclusiones	73
6.2	Recomendaciones	74
REFERENCIAS		75
7.1	Fuentes bibliográfica	75
ANEXOS		78

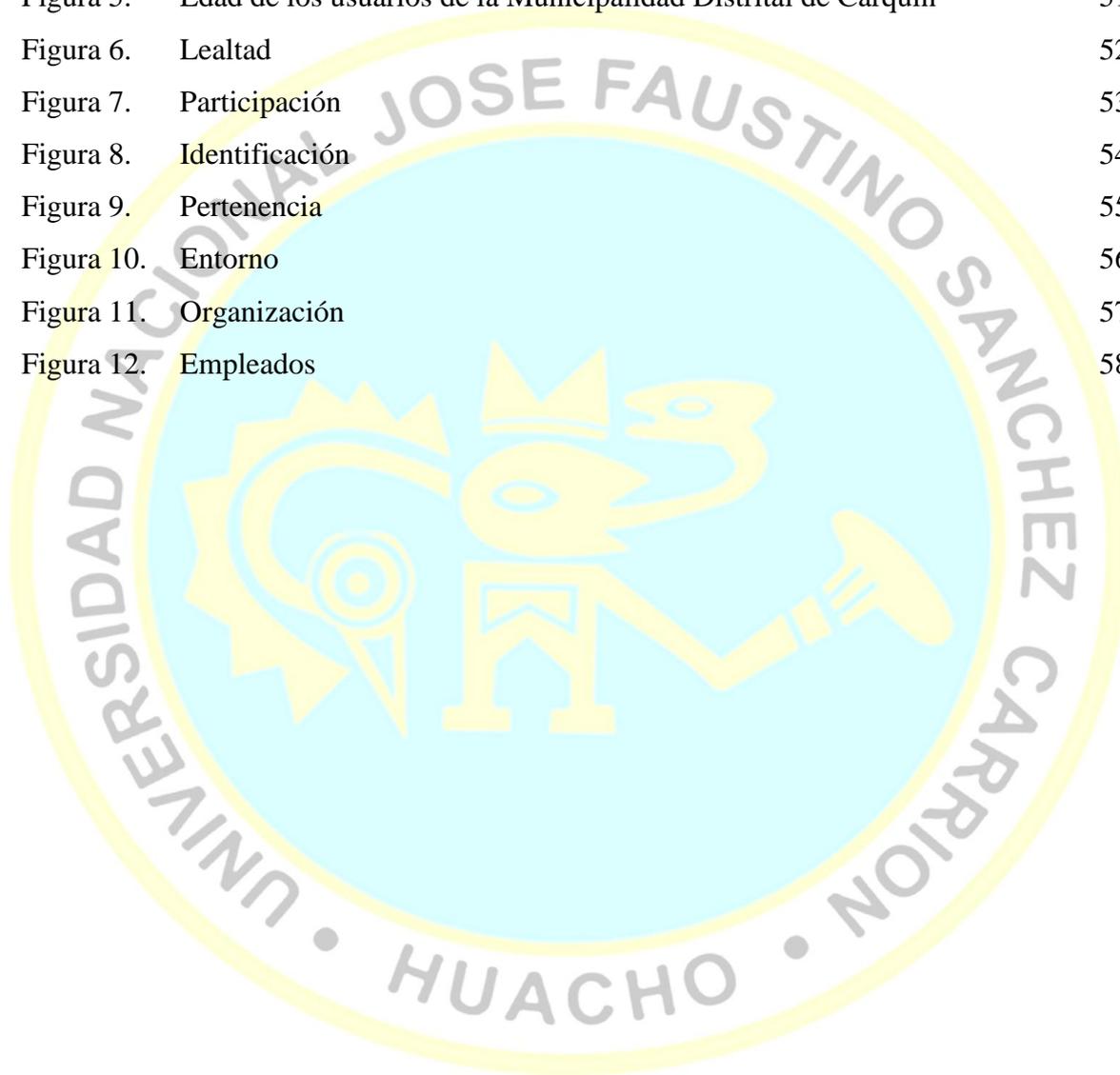


ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Género de los de la Municipalidad Distrital de Carquín	47
Tabla 2.	Edad de los de la Municipalidad Distrital de Carquín	48
Tabla 3.	Grado académico de los de la Municipalidad Distrital de Carquín	49
Tabla 4.	Género de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Carquín	50
Tabla 5.	Edad de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Carquín	51
Tabla 6.	Lealtad	52
Tabla 7.	Participación	53
Tabla 8.	Identificación	54
Tabla 9.	Pertenencia	55
Tabla 10.	Entorno	56
Tabla 11.	Organización	57
Tabla 12.	Empleados	58
Tabla 13.	Pruebas de normalidad	59
Tabla 14.	Pruebas de normalidad	59
Tabla 15.	Correlación de Spearman entre el compromiso organizacional y la atención al ciudadano	60
Tabla 16.	Correlación de Spearman entre la lealtad y la atención al ciudadano	61
Tabla 17.	Correlación de Spearman entre la participación y la atención al ciudadano	62
Tabla 18.	Correlación de Spearman entre la identificación y la atención al ciudadano	63
Tabla 19.	Correlación de Spearman entre la pertenencia y la atención al ciudadano	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Género de los de la Municipalidad Distrital de Carquín	47
Figura 2.	Edad de los de la Municipalidad Distrital de Carquín	48
Figura 3.	Grado académico de los de la Municipalidad Distrital de Carquín	49
Figura 4.	Género de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Carquín	50
Figura 5.	Edad de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Carquín	51
Figura 6.	Lealtad	52
Figura 7.	Participación	53
Figura 8.	Identificación	54
Figura 9.	Pertenencia	55
Figura 10.	Entorno	56
Figura 11.	Organización	57
Figura 12.	Empleados	58



RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general establecer de qué manera el compromiso organizacional influye en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019. La metodología fue de tipo aplicada, nivel explicativo, diseño no experimental, y de enfoque mixta. La población fue de 58 trabajadores y 1260 usuarios de la municipalidad, la muestra está representada por 51 trabajadores y 295 usuarios. Se utilizó la técnica de la encuesta y de instrumento dos cuestionarios. La validación de los cuestionarios se realizó con la prueba estadística de Kaiser-Meyer-Olkin y la prueba de esfericidad de Bartlett. La confiabilidad se realizó a través del Alfa de Cronbach de (0,980 & 0,985). Los resultados respecto a la variable Compromiso organizacional, el 92,2% manifestó que no obedecen las normas de la institución, el 52,9% de los encuestados manifestaron que casi nunca recompensan sus aportes en algunas decisiones que se toman, el 96% de los encuestados manifestaron que no se identifican con la institución, el 35,3% mencionó que no desarrolla sus labores con alegría, asimismo no se sienten participe y comprometido con la institución. Respecto a la variable Atención al usuario, el 100% de los usuarios mencionaron que la municipalidad no cuenta con aparcamiento, el 43,7% mencionó que los procedimientos que deben seguir los usuarios para ser atendidos no son rápidos y fáciles, el 52,9% de los encuestados mencionaron que los trabajadores de la municipalidad casi nunca causan una buena primera impresión. Con el estudio se determinó que existe una correlación positiva alta y muy significativa ($p = 0,00 < 0,05$; $r = 0,716$), por lo que se concluye que la participación influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

Palabras clave: Lealtad, participación, identificación, pertenencia, entorno, gestión, empleados.

ABSTRACT

The general objective of the research was to establish how the organizational commitment influences user service in the District Municipality of Carquín, 2019. The methodology was applied, explanatory level, non-experimental design, and mixed focus. The population was 58 workers and 1260 users of the municipality, the sample is represented by 51 workers and 295 users. The questionnaire technique and two questionnaires were used. The validation of the questionnaires was carried out with the Kaiser-Meyer-Olkin statistical test and the Bartlett sphericity test. Reliability was realized through Cronbach's Alpha of (0, 980 & 0.985). The results regarding the Organizational Commitment variable, 92.2% said they do not obey the institution's rules, 52.9% of the respondents said that they almost never reward their contributions in some decisions taken, 96% of Respondents stated that they do not identify with the institution, 35.3% mentioned that they do not carry out their work with joy, they also do not feel involved and committed to the institution. Regarding the variable Customer service, 100% of users mentioned that the municipality does not have parking, 43.7% mentioned that the procedures that users must follow to be taken care of are not fast and easy, 52.9 % of respondents mentioned that municipal workers almost never make a good first impression. With the study it was determined that there is a high and very significant positive correlation ($p = 0.00 < 0.05$; $r = 0.716$), so it is concluded that participation significantly influences user service in the District Municipality of Carquin, 2019.

Keywords: Loyalty, participation, identification, belonging, environment, management, employees.

INTRODUCCIÓN

Actualmente uno de los temas más importantes es el compromiso organizacional debido a que un trabajador comprometido será más productivo. Según algunos estudios realizados demuestran que el nivel de compromiso de un individuo es el mejor indicador de la rotación, al hacer la medición del nivel de compromiso organizacional se tendrá una respuesta globalizada y de más duración sobre la organización como un todo. Por lo que es esencial tener en cuenta un personal comprometido con la organización y verse como parte de ella. Dicha actitud traerá innumerables beneficios a la organización ya que las personas no solamente trabajarán por obtener propósitos individuales sino además hacia el objetivo organizacional en general. Es indispensable optimizar el desempeño del personal ya que ello repercutirá de manera positiva en la atención al usuario, influyendo así en la forma de mostrar su desempeño y habilidades ante cualquier duda que tenga un usuario y como consecuencia este valorará a la atención recibida. El usuario acude a la institución ya que se requiere de un cierto servicio con la intención de llenar esa necesidad.

Es así que se realizó el presente estudio con la finalidad de establecer de qué manera el compromiso organizacional influye en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

Este estudio ha sido desarrollado en capítulos. El capítulo I donde se realiza el planteamiento del problema, el capítulo II donde se formula el marco teórico, el capítulo III que contiene la metodología, el capítulo IV donde se desarrolló los resultados, y el capítulo VI donde se dieron a conocer las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

La Municipalidad Distrital de Carquín es un gobierno promotor del desarrollo integral cuya misión es brindar servicios públicos de calidad de manera eficiente y eficaz, representa al vecindario, con practica de valores y transparencia en la gestión pública local. Aumentando el progreso integral de la población con ello generar oportunidades de labor social, cultural, ambiental y económico. Produciendo una inversión precisa, facilitando los servicios públicos con el fin de poder establecer mejoras a la calidad de vida del distrito.

Actualmente uno de los temas más importantes es el compromiso organizacional debido a que un trabajador comprometido será más productivo. Según algunos estudios realizados demuestran que el nivel de compromiso de un individuo es el mejor indicador de la rotación, al hacer la medición del nivel de compromiso organizacional se tendrá una respuesta globalizada y de más duración sobre la organización como un todo. Por lo que es esencial tener en cuenta un personal comprometido con la organización y verse como parte de ella. Dicha actitud traerá innumerables beneficios a la organización ya que las personas no solamente trabajarán por obtener propósitos individuales sino además hacia el objetivo organizacional en general. Es indispensable optimizar el desempeño del personal ya que ello repercutirá de manera positiva en la atención al usuario, influyendo así en la forma de mostrar su desempeño y habilidades ante cualquier duda que tenga un usuario y como consecuencia este valorará a la atención recibida. El usuario acude a la institución ya que se requiere de un cierto servicio con la intención de llenar esa necesidad. Y la institución tiene que brindarlo de tal manera que dicho procedimiento sea muy optimo posible para los dos lados. En relación a la atención del usuario la institución tiene que iniciar un conjunto de acciones para lograr dar mejor la mejor

calidad de servicio. Dichas conductas o acciones tienen que representar los anhelos y las necesidades del ciudadano. La comunicación y la actitud que trata al ciudadano es de suma importancia, aunque además es vital que el personal sepa el servicio que brindan y la manera como informan, manifiestan y persuaden al usuario respecto a su calidad.

La Municipalidad Distrital de Carquín está presentando dificultades para ofrecer una eficiente atención al usuario, esto es a causa de la falta de comunicación esto trae consigo incomodidades por que el usuario espera a que se le pregunte sobre su petición; desperdicio de tiempo del usuario por carencia de atención por lo que entra en desesperación viendo a los trabajadores realizar otra labor y no le brinda atención hasta que este finaliza dicha labor; los trabajadores no se movilizan para brindar el servicio, en muchas ocasiones los trabajadores ven a un usuario y por estar fuera de su alcance no le brindan atención; hay demasiada conversación entre trabajadores ocasionando que los usuarios se sientan insatisfechos al no obtener una respuesta inmediata a sus solicitudes; no brindan plazos de solución a las peticiones debido a la burocracia del sistema existe más demoras de lo esperado.

Con relación al compromiso organizacional la Municipalidad cuenta con un personal insatisfecho porque los trabajadores no cuentan con una infraestructura adecuada y tampoco con elementos necesarios para desempeñar sus labores; no existe un ambiente laboral positivo ocasionando que el personal no se sienta orgulloso de ella; la falta de motivación; el personal siente que no se le reconoce por sus labores bien realizadas o las horas extras que realiza para cumplir con sus actividades; no existe un sistema de ascensos enfocados al rendimiento de cada trabajador.

Si en la municipalidad no pone más énfasis en mejorar temas importantes en su gestión como es el compromiso organizacional y la atención al usuario continuará teniendo deficiencias perdiendo credibilidad en el servicio que presta, y de alguna forma retrasando la expectativa personal. Todos estos hechos traen como consecuencia que el usuario se sienta insatisfecho.

La Municipalidad Distrital de Carquín debe tener claro que es importante que existe un ambiente laboral adecuado y que el personal cuente con todos los elementos requeridos para rendir su trabajo con ello sentirse bien con su trabajo, como también plantear un sistema de reconocimiento de logros, lo que marcará la diferencia en su desempeño y productividad reflejando así en la atención al usuario.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera el compromiso organizacional influye en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019?

1.2.2 Problemas específicos

- a. ¿De qué manera la lealtad influye en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019?
- b. ¿De qué manera la participación influye en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019?
- c. ¿De qué manera la identificación influye en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019?
- d. ¿De qué manera la pertenencia influye en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Establecer de qué manera el compromiso organizacional influye en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

1.3.2 Objetivos específicos

- a. Establecer de qué manera la lealtad influye en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.
- b. Establecer de qué manera la participación influye en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.
- c. Establecer de qué manera la identificación influye en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.
- d. Establecer de qué manera la pertenencia influye en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

1.4 Justificación de la investigación

La investigación se justifica de manera práctica ya que se tuvo como objetivo plantear recomendaciones para solucionar ante las deficiencias que se han identificado en la situación problemática, que se traducen en problemas en relación la lealtad, participación, identificación, pertenencia, entorno, gestión, empleados, entre otros.

Y de manera metodológica por su utilidad metodológica está en el planteamiento de un cuestionario que permitirá reforzar a futuras investigaciones del campo evaluar el compromiso organizacional y así mismo evaluar la atención al usuario en instituciones públicas, por lo que la base teórica seleccionada está respaldada con criterio con el fin de alcanzar los resultados esperados mediante la investigación.

1.5 Delimitaciones del estudio

La presente investigación se realizó en la Municipalidad Distrital de Carquín.

La investigación cuenta como delimitación temporal el año 2019, ya que se desarrolló en ese horizonte de tiempo.

La delimitación social comprende a los trabajadores y usuarios de la Municipalidad Distrital de Carquín.

La delimitación geográfica comprende al distrito de Carquín, provincia de Huaura, departamento de Lima.

La delimitación semántica comprende: Compromiso organizacional y Atención al usuario.

1.6 Viabilidad del estudio

Se garantiza la viabilidad ya que se pudo contar con todos los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, tales como recursos materiales, humanos y financieros.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

(Tello, 2018) hizo el estudio denominado “Relación del compromiso organizacional con la satisfacción laboral en el sector calzado de la Provincia de Tungurahua”, la cual fue aprobada por Universidad Técnica de Ambato. Ecuador. La investigación tuvo como objetivo el relacionar el compromiso organizacional con la satisfacción laboral del personal para establecer una propuesta de mejoramiento en la empresa Mil Boots. Es una investigación descriptiva. La población fue 63 trabajadores administrativos. La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento la Escala de compromiso organizacional de Meyer y Allen. La investigación concluyó en que no existe una relación lineal entre las variables compromiso organizacional y satisfacción laboral.

(Loza, 2016) realizó la investigación titulada “Clima Laboral y su influencia en el Compromiso Organizacional del personal administrativo de Aymesa S.A”, la cual fue aprobada por Universidad Central del Ecuador. Ecuador. La investigación tuvo como objetivo el determinar la influencia del clima laboral en el compromiso organizacional del personal administrativo. Es una investigación descriptivo-correlacional no experimental. La población fue 30 trabajadores administrativos. La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la observación directa y como instrumento el cuestionario. La investigación concluyó en que compromiso organizacional efectivamente existe una influencia directa entre ambas variables ya que el personal administrativo de Aymesa S.A, las ubica en una misma categoría.

(Sánchez, 2015) hizo el estudio denominado “Factores que influyen en la percepción de la calidad de atención de los usuarios del Hospital Provincial Martín

Loayza”, la cual fue aprobada por Universidad Técnica de Babahoyo. Ecuador. La investigación tuvo como objetivo el Determinar los factores que influyen en la percepción de la calidad de atención recibida en los servicios de salud de los usuarios externos del Hospital Provincial “Martín Icaza”. Es una investigación aplicada, explicativa causal no experimental transversal. La muestra fueron 260 pacientes. La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento el cuestionario. La investigación concluyó en cuanto a la evaluación cualitativa, podemos concluir que la mejor percepción general de la calidad de atención es el servicio de Consulta externa, seguida de emergencia y por último hospitalización

(Chang, 2014) realizó la investigación titulada “Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos”, la cual fue aprobada por Universidad Rafael Landívar. Ecuador. La investigación tuvo como objetivo identificar cómo es la atención al cliente en los servicios, de la Municipalidad de Malacatán. La población fue 170 usuarios. La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento el cuestionario. La investigación concluyó en que, en la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, la atención al cliente carece de lineamientos estratégicos que orienten la conducta, aptitud y actitud de los colaboradores.

2.1.2 Investigaciones nacionales

(Tamayo, 2017) realizó la investigación titulada “Compromiso organizacional y conflictos laborales en la Municipalidad de Yanahuanca año 2016”, la cual fue aprobada por Universidad César Vallejo. Perú. La investigación tuvo como objetivo el determinar la relación que existe entre el compromiso organizacional y los conflictos laborales en la Municipalidad de Yanahuanca. Es una descriptiva de diseño no experimental. La población fue 86 trabajadores. La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento la ficha técnica. La investigación concluyó en que existe una relación significativa entre el compromiso organizacional y los conflictos laborales en la Municipalidad de Yanahuanca.

(Retuerto, 2017) hizo el estudio denominado “El compromiso organizacional y la calidad de servicio de los trabajadores de la municipalidad del distrito de Comas en el año 2016”, la cual fue aprobada por Universidad César Vallejo. Perú. La

investigación tuvo como objetivo el determinar la relación existente entre el compromiso organizacional y la calidad de servicio de los trabajadores. Es una investigación sustantiva de diseño no experimental. La población fue 40 trabajadores. La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento el cuestionario. La investigación concluyó en que el compromiso organizacional se relaciona significativamente con la calidad de servicio de los trabajadores de la municipalidad del distrito de Comas.

(Santiago, 2017) realizó la investigación titulada “Gestión administrativa y atención al usuario en los administrados de las Subgerencias de la Municipalidad Metropolitana de Lima, 2017”, la cual fue aprobada por Universidad César Vallejo. Perú. La investigación tuvo como objetivo el determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y la atención al usuario en los administrados de las Subgerencias. Es una investigación descriptiva de diseño no experimental. La población fue 1,108 usuarios, asimismo la muestra fue 285 usuarios. La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento la ficha técnica. La investigación concluyó en que existe relación significativa entre la gestión administrativa y la atención al usuario en las Subgerencias Fiscalización de la Municipalidad Metropolitana de Lima, 2017.

2.2 Bases teóricas

Variable independiente: Compromiso organizacional

A. *Definiciones*

(Robbins & Judge, 2017, pág. 78) mencionan que es el nivel con el que un trabajador empatiza con su compañía, así como los objetivos de esta, y quiere continuar estando en ella.

(Schermerhorn, 2010, pág. 381) señala que el compromiso organizacional es la lealtad de un individuo hacia la compañía misma.

(Griffin, 2011, pág. 484) manifiesta que es la conducta que manifiesta la empatía de una persona con su propia compañía y su afecto a ella.

(Newstrom, 2007, pág. 207) establecen que es la empatía que tiene el trabajador con su compañía y tiene anhelos de seguir interviniendo de forma activa con ella.

B. Dimensiones

(Aldana, 2013) menciona que existe cuatro factores la cual exponen el compromiso que son: la responsabilidad, la convicción la lealtad, la disposición hacia el trabajo o fe en la unidad.

a. Lealtad

Es un afecto particular a la organización, determinada por la lealtad la cual procede por descuido cerrándose a renunciar en el momento en que su enfoque sea contradictorio con relación a la arrogada en su organización. Pese a que la lealtad compone un elemento de comportamiento, no logra efectuarse naturalmente por sus expresiones de comportamiento: se refiere a una actitud de obediencia de las normativas de lealtad transcendentales para un grupo la cual abastece la permanencia indispensable para la expansión del comportamiento conforme en asunto. El individuo es leal cuando, tiene un porqué al cual ser leal; también, en el momento en la cual aprecia facultativamente y enteramente algún nivel de contemplación; y, por para finalizar, en el momento en que exterioriza dicha devoción en sus actos. Si bien, los niveles mutuos de legalidad han disminuido, entendiera que estiman demasiado más las empresas a los trabajadores que se encuentren acorde c con la organización. Y aún más, en ciertas empresas, si llega como rumor que está averiguando un colaborador la posibilidad de un trabajo en otra organización, el colaborador podría ser descrito de traidor y asimismo excluirlo de toda probabilidad de ascenso futuramente. La negligencia es lo inverso de la lealtad, reflexionada como una cualidad paciente la cual consiente que decline el ambiente. Contiene el ausentismo, demoras crónicas, reducción de energías y acrecentamiento de la proporción de fallas.

b. Participación

La participación de los colaboradores intenta desplegar su palabra en las determinaciones la cual entristecen al desempeño organización y la prosperidad

de sus colaboradores. Podrían narrar desde los cuatro componentes importantes la cual posibilitan:

- Poder: reside en ofrecer bastante autoridad y así optar por determinaciones de cualidad laboral la cual entiende sucesos como las subsiguientes: metodologías de labor, concesión de labores, derivaciones del desempeño, reclutamiento y servicio al cliente. El poder encargado podría cambiar considerablemente, a partir de la circunstancia de solicitarles su contribución a las determinaciones que luego arrogaran los directivos inclusive a la toma acumulada de determinaciones por los dos lados y determinaciones la cual arrogaran los mismos colaboradores.
- Información: el camino adecuado a la información notable es preciso para una apropiada determinación. Pueden originar las organizaciones la contribución aseverándose de que se indispensable la averiguación destile desenvueltamente con dirección a los colaboradores. En medio de ciertas situaciones se describe a la información concerniente a las derivaciones de las sistematizaciones, a los proyectos de negocios, a las situaciones de la competitividad, a actuales tecnologías y metodologías de trabajo, a opinión para optimizar la organización.
- Saberes y capacidades: la contribución de los trabajadores incrementa la eficacia corporativa únicamente en la circunstancia en que los colaboradores tengan las destrezas e instrucciones indispensables y conllevar a una apropiada determinación. Puede proporcionar su contribución la empresa repartiendo proyectos de desarrollo y capacitación para optimizar ambos.
- Recompensas: las recompensas podrían intervenir en la contribución de los trabajadores. Las coyunturas importantes brindan recompensas intrínsecas ya sea la sensación de logro y de autoestima. Las recompensas externas fortifican la contribución en el momento en que se encuentren sujetos concisamente a las derivaciones de injerirse en las determinaciones.

La colaboración se refiere en consentir que se implique el colaborador en las determinaciones que tendría que optar la institución. Dichas determinaciones podrían conmovier la labor actual o podrían a nivel personal perjudicarlo.

La colaboración consiente ayudar, conseguir un enorme entendimiento, acrecentar la producción, alta satisfacción, gran flexibilidad, y prosperidad laboral la cual posee como derivación a mínima rotación y ausentismo. Se ven fortificadas la motivación, el interés, la moral, la cual lleva a complacerse en su vida laboral.

Asimismo, se tendría que permitir que participen en las determinaciones los empleados la cual les inquietan. Los colaboradores podrían aportar con un conjunto de determinaciones la cual le están afectando: instituir objetivos laborales, adoptar su mismo paquete de prestaciones; preferir los horarios laborales que opten. Aquello puede acrecentar la productividad de los colaboradores, la consagración a los propósitos laborales, la satisfacción laboral y la motivación.

c. Identificación

Indica que se muestran dispuestos los colaboradores comprometidos a reconocerse sólidamente con la empresa, apetece laborar por sus finalidades y misión asimismo se incrustan a ella. Perciben que su labor y su aportación son significativas para conseguir la misión institucional y las finalidades. Investigan retos nuevos, cooperación y desafíos con frenesí. Sin embargo, cuando crece la organización, empequeñece la capacidad de los individuos para reconocerse con los resultados grupales.

La identificación comprende al anhelo de encontrarse implicado con una empresa en su desarrollo y su accionar total. A causa de los grados de calidad de los productos y servicios se inquietan, contribuyen opiniones creativas para el progreso.

d. Pertenencia

Es el ámbito ser perteneciente a una empresa que hace que se sienta contento en ella el trabajador, despliegue su labor con gusto, en cualquier circunstancia que alcance de conmover a la empresa, lo selecciona como el ambiente para laborar y proteger, se siente comprometido y participante. Acorde el volumen incrementa, las coyunturas de contribución e interacción social reducen, del mismo tiempo de contar con más integrantes asimismo propicia el

conflicto, la disensión, y la creación de subgrupos, que harán que integrar al grupo trascienda menos atractivo.

La importancia de pertenecer sobrelleva a que se acople con la empresa los trabajadores y sienta como suya la organización, desarrollar sus labores y su labor perenemente en protección de ésta referente a los intereses económicos.

C. Tipos de compromiso organizacional

(Uribe , 2015, pág. 79) menciona que es el nivel de los valores y objetivos del personal sean coherentes a la compañía en la cual laboran, lo que favorece que estos se sientan comprometidos con la compañía.

Con la finalidad de obtener los propósitos no solamente se necesita de conocimientos, tan solo se requiere desarrollar valores y la destreza emocional, en lo que está el compromiso es decir tener la capacidad de incentivarse particularmente y ser perseverante ante fracasos, dominar los impulsos y distinguir las recompensas; poner en orden la disposición emocional e impedir el estrés obstaculice la destreza para reflexionar, poner en práctica la empatía y tener la esperanza. Con el objetivo de medir, los elementos con mayor examinación que miden el compromiso son los siguientes:

a. Compromiso afectivo

Guía y relación afectiva, como también el nivel de empatía de un empleado con su compañía, sus propósitos, logros y valores.

b. Compromiso normativo

Es aquello que tiene el personal por tener en cuenta como correcto conforme a la moral con la finalidad de seguir sus trabajos en una organización en específico que proviene de presiones reglamentarias internas para favorecer lo propuesto por la organización.

c. Compromiso de continuidad

Es el que tiene el personal para permanecer en una compañía es el efecto de identificar lo que realiza un individuo de los costos vinculados como la antigüedad que se perdería al concluir su vida laboral.

D. Teoría de la disonancia cognitiva

(Robbins & Coulter, 2014, pág. 454) menciona que, considerando la base antes explicada, ¿se puede atribuir que la conducta de las personas por lo general está dispuesta a ser predicho, en caso de que se sepa su actitud con algún tema en específico? Al estudiar la teoría de la disonancia cognitiva no se pueden dar respuestas claras y consistentes a esta pregunta.

Esta teoría proponía dar explicación entre el vínculo que existe en las actitudes y la conducta. La disonancia cognitiva es alguna incongruencia entre actitudes, o las conductas y las actitudes. Conforme a esta teoría, dicha incongruencia es molesta y las personas harán intentos por minimizar su molestar y como resultado, la disonancia.

Sin duda, no existe persona que impida la disonancia. Se sabe que se debe utilizar hilo dental como uso cotidiano sin embargo esto no se hace. Dicha incongruencia entre actitud y conducta. ¿Qué realiza el individuo con la finalidad de confrontar la disonancia cognitiva? Esta teoría plantea que el empeño dedicado a hacer intento por minimizarla se encuentra establecido por tres factores: (1) lo fundamental de los elementos que producen la disonancia, (2) el nivel de incidencia de la persona cree tener sobre estos elementos y (3) los incentivos que pueden de alguna forma ser parte de la disonancia.

En caso los elementos que producen la disonancia poseen en lo relativo una reducida consideración, la tensión para dar corrección a la incongruencia será reducida. No obstante, en caso estos elementos en discusión son importantes, la persona puede cambiar su comportamiento, finalizar que la conducta disonante no tiene mucha importancia, modificar su actitud o reconocer elementos conciliables que contrarresten los elementos disonantes.

El grado de incidencia que piensan poseer las personas en relación a los elementos además tiene efecto en oposición frente la disonancia. En caso captan que no existe posibilidad de impedir la disonancia, no podrán ser flexibles a la actitud de modificación como tampoco podrán sentir lo necesario para cambiar su comportamiento. En caso, por ejemplo, la conducta origina la disonancia fuese fruto de mandato del jefe, la tensión por minimizarla puede ser menor en caso el comportamiento hubiera aparecido intencionalmente. Sin embargo, hay

disonancia, cabe la probabilidad de racionalizarla y defenderla con la finalidad de continuar el mando del jefe, mejor dicho, la persona no tiene opción como tampoco el dominio sobre el contexto.

Para finalizar, los incentivos además tienen incidencia en el nivel de motivación de un individuo con el objetivo de minimizar la disonancia. Mezclar un grado superior de disonancia con incentivos igualmente habrá alta posibilidades de minimizar la incomodidad puesto que se incentiva a la persona a pensar que hay disonancia.

E. Participación en el trabajo y compromiso organizacional

(Robbins & Coulter, 2010, pág. 287) señalan que el trabajador se reconoce con su labor interviene de forma activa en él y tiene en cuenta que su rendimiento laboral es muy importante para sí mismo. La persona con niveles superiores de intervención en la labor se siente identificados y realizan su trabajo de forma positiva. Se ha encontrado que los niveles superiores de intervención en las labores guardan relación con la baja ausencia, renuncia mínimas y mayores niveles de compromiso de la persona hacia su labor.

El compromiso organizacional es el nivel que una persona se siente reconocido a su una organización en particular y sus logros y anhelos, con la finalidad de continuar con dicha organización. En tanto la intervención consiste en reconocerse con su propia organización. Los estudios señalan que el compromiso organizacional además favorece al reducir márgenes de ausentismos y rotación, y en efecto, una buena señal es la satisfacción laboral. ¿A qué se debe? Es probable porque una contestación total y de larga duración para la organización que la satisfacción que un trabajo determinado. No obstante, el compromiso organizacional es una conducta en relación a la labor con menor relevancia que alguna vez lo fue. Generalmente, los empleados de que permanece en una organización buena parte de su profesión y los lazos que llegan a tener con su jefe ha cambiado en forma considerable. Sin embargo, el compromiso del trabajador para su organización empleadora puede no tener tanta relevancia como en alguna oportunidad en el pasado lo fue, los estudios acerca del apoyo organizacional captado, las convicciones comunes de la

persona que su organización tiene en cuenta su colaboración y tiene interés por su bienestar manifiesta que el compromiso de la propia organización para el trabajador puede tener beneficios. Los márgenes superiores de apoyo de una organización captado conducen a un aumento en la satisfacción en el trabajo y aun menor índice de rotación.

F. Compromiso con el puesto de trabajo

(Robbins & Judge, 2013, pág. 211) mencionan que las organizaciones más exitosas tienen una cantidad elevada de trabajadores comprometidos con la organización, entre tanto, los equipos tienen mayor número de empleados con compromiso manifiestan elevados índices de productividad, mínimos acontecimientos de seguridad y un menor margen de rotación.

Las investigaciones equivalentemente hallaron efectos favorables. Como el grado de compromiso en diferentes empresas y halló una relación positiva en una gama amplia de frutos prácticos. Otras investigaciones revelan que los grados mayores de compromiso tiene relación con el rendimiento de la labor y la conducta de los ciudadanos.

¿Qué aspectos desarrollan la posibilidad de que las personas sientan compromiso hacia su labor? Un elemento importante es que el trabajador piense que hay valor participar en su trabajo, lo que está establecido parcialmente con las cualidades del lugar de trabajo y por la accesibilidad de los medios necesarios para ejecutar la labor óptimamente. Otro elemento es la coincidencia que existe entre los valores de una persona y de la misma compañía. Los comportamientos de liderazgo que son inspiración en el personal para dar más valor de misión además de aumentar el compromiso del personal.

El constructo es una de las practicas que conllevan al compromiso es algo superfluo con actitudes como por ejemplo la satisfacción y el estrés. A pesar de, los sondeos acerca del compromiso a menudo evalúan el estímulo y la focalización de una labor, lo que impide de forma significativa los sondeos de satisfacción laboral

Posiblemente además el grado de compromiso predigo óptimamente los frutos de los trabajos significativos, en lugar de las actitudes típicas en torno al trabajo.

G. Compromiso organizacional como actitud relacionada al trabajo

(Robbins & Judge, 2013, pág. 78) mencionan que mencionan que el nivel en que un trabajador se siente identificado con una compañía en particular y sus propósitos y anhelos, con la finalidad de conservar su posición a dicha compañía.

Mientras la participación laboral es símbolo de reconocimiento con la labor, el compromiso organizacional se refiere a reconocer de la persona hacia una compañía. Los estudios muestran que el compromiso organizacional asimismo aporta a reducir márgenes altos de ausentismo y rotación, y efectivamente, una buena señal es el feedback prolongado y tota para con la empresa que la satisfacción laboran es especial. No obstante, este es una actitud en relación a la labor con menor significante que el pesado lo fue. A menudo, el personal no permanece en una misma empresa en la mayor parte de los casos cambian de empleo. Los estudios acerca de apoyo organizacional percibido, la convicción universal del personal de que empresa tiene en cuenta su aporte y tiene interés por su confort, expresan el compromiso de la organización hacia su empresa resulta beneficios. Los márgenes altos de apoyo organizacional percibido conducen a un aumento en la satisfacción en el trabajo y menores márgenes de rotación.

H. Compromiso desde una mirada organizacional

(Alles, 2015, pág. 118) señala que el compromiso organizacional es una expresión que hace referencia al compromiso en un grupo de empleados de una empresa en particular con respecto a los propósitos, la misión y la táctica que se han establecido, como se reconocen con estas definiciones y que solidez tiene este compromiso en relación a un largo plazo.

Las organizaciones y sus directivos siempre tienen en cuenta el compromiso como un valor o como una competencia, aunque no haya sido

expresado de este modo en los métodos y procedimientos de trabajo adaptados en la organización en cuestión. Las definiciones utilizadas son diferentes y su empleo dependerá del enfoque que desee dársele al término en cada caso.

En el ámbito de las organizaciones será posible medir y desarrollar al compromiso de los colaboradores. Por lo tanto, las herramientas a utilizar para la medición del compromiso y las motivaciones personales deberán incluirlos.

I. Herramientas para medir el compromiso en la organización

(Alles, 2015, pág. 119) menciona que el compromiso de un colaborador podrá ser evaluado de manera similar a la forma habitual de medir una competencia, es decir, mediante la observación de comportamientos. Se podrán utilizar herramientas tales como Evaluación vertical, fichas de evaluación y Assessment Center Method (ACM).

A continuación, se hará una breve descripción de herramientas menos difundidas que permiten valores y proyectos personales, aspectos que influyen de un modo u otro en el compromiso de las personas.

a. Manual de detectar valores personales en selección

Grupo de teorías, situaciones, actividades y cuestionarios que ayudan a aplicar en la práctica los diferentes instrumentos requerido para hallar los valores individuales en elección de individuos.

Los manuales usualmente contienen documentos e instructivos específicos y detallados que, en este caso en particular, permitirán al selector o futuro jefe detectar de forma temprana comportamientos no deseados en postulantes, previo a su ingreso a la organización

Las herramientas a su vez se complementan con indicadores para medir dichos valores.

b. Encuesta sobre valores y proyectos personales

Medición interna para conocer los proyectos personales de los colaboradores y su grado de adherencia a los valores organizacionales.

No son uso frecuente en el ámbito de las organizaciones. Sin embargo, su utilización es altamente recomendable.

La encuesta sobre valores permite conocer el grado de adherencia o no que los colaboradores sienten en relación con los valores que la organización pretende encarnar. En la encuesta se deberá consignar la denominación que se le ha dado a cada valor, junto con su definición.

Los colaboradores podrán expresar su grado de adherencia a los valores organizacionales seleccionándolos en una escala, por ejemplo: 1) En desacuerdo, 2) Ligeramente de acuerdo, 3) De acuerdo, 4) Comparto plenamente, 5) Deseo ser una referente.

Para indagar sobre los proyectos personales, se pueden realizar preguntas abiertas o cerradas.

E. Resultados del compromiso organizacional

(Griffin , 2011, pág. 484) menciona que posiblemente un individuo muy comprometido se sienta parte verdadero con la empresa, como en el caso, de la empresa en palabras individuales como “hacemos productos de calidad” que no tome en cuenta los mínimos niveles de satisfacción. Por el contrario, un individuo externo como “no pagan muy bien a sus empleados”, que manifieste altos niveles de insatisfacción sobre los objetos y no se siente integrante de la empresa a futuro.

El estudio recomienda que el compromiso se refuerza con los años de la persona, el tiempo invertido con la empresa, el sentido de seguridad en el trabajo y la intervención de toma de decisiones. El personal que se compromete con su empresa tienen costumbres muy honestas, proponen estar a futuro en la empresa y reflejan más esfuerzo en su rendimiento. Sin embargo, existen muy pocos temas establecido que las empresas deben hacer para producir o incentivar el compromiso, existen ciertas direcciones especiales aptas. Para iniciar, en caso la empresa lleva un trato equitativo con su persona y brinda incentivos coherentes y seguridad laboral, hay mayor probabilidad que ese personal se siente más comprometido y satisfecho. Otra alternativa es que el personal se pronuncie en la manera como se realizan las actividades.

F. Afecto y estado de ánimo en las organizaciones

(Griffin, Administración, 2011) menciona que las investigaciones actualmente han denotado atención en el elemento afectivo de las actitudes. Los gerentes en algunas ocasiones han pensado tanto las emociones como los sentimientos transformaban a los individuos en un cierto tiempo, los especialistas hoy en día recomiendan que existen propensiones fijas implícitas para las actitudes emocionales y de ánimos constante y predecible.

Como en el caso de individuos que por lo general son propensos a tener nivel elevado de afecto positivo. Ello representa que puede alegres y positivos, por lo general sienten bienestar total y miran todo de manera optimista. De esta manera se muestran alegres.

Asimismo, actualmente se ha presentado que, en el tema de emprendimiento, la afectividad positiva puede impactar en su éxito. En otros individuos, que tienen un elevado grado de efectividad negativa, sucede lo opuesto. Habitualmente se sienten apenado y negativos, y por lo general tienen una mala perspectiva de su entorno. Parece que en un parte importante del tiempo están enojados.

Indudablemente, según lo mencionado, cabe la posibilidad que exista cambios en un periodo corto inclusive los individuos extremistas. Como en el caso de las persona que tienen una elevada afectividad positiva asimismo probablemente se encuentren enojados si reciben noticias negativas; como en el caso, que no lo han tenido en cuenta para un ascenso, que haya recibido feedback muy mala o si lo han despedido.

De manera equivalente, aquellos que sienten afectividad negativa si han ascendidos puede estar de mal humor, en caso hayan recibido feedback del rendimiento positivo o poseen otros aspectos positivos que lo han acontecido. No obstante, luego del efecto de dichos acontecimientos se disuelve aquellos que poseen afectividad positiva, generalmente, vuelven a una actitud normal en tanto aquellos con afectividad negativa volverán a su humor habitual.

G. Determinantes del compromiso organizacional

(Chiavenato, 2011) menciona lo siguiente:

a. Características del puesto

Por lo general los individuos al estar en un puesto, se asumen que laboran en una organización. En el caso que una persona labore en cierta organización, se interroga en que puesto está posicionado. Así se tiene conocimiento de lo que realiza en una organización y del valor que tiene y el puesto que ocupa en la jerarquía. El puesto para una compañía representa el cimiento de la organización de los individuos en las labores corporativas. En el caso de los individuos representa el puesto representa un medio esencial de expectativa y compromiso con la compañía. Los individuos que entran a la compañía en el tiempo que permanece en ella, constantemente están en un cierto puesto.

- Recepcionar, categorizar y repartir correo (mandar al receptor), sumario, información y escritos, escribir su restitución y archivados.
- Realizar correos y escrito en idioma castellano.
- Restituir escritos y temas esenciales recepcionados, con el objetivo de comunicar e interpretar los documentos.
- Gestionar y renovar registro de escritos y correspondencia a menudo secretos, además archivos en donde especifique su ubicación, en caso sea importante e informa responsabilidad al jefe.
- Estar constantemente de las necesidades esenciales, por ejemplo, recursos del despacho, requerimientos, servicios generales; encargarse de la conservación, proceder en acciones que son parte de la actividad del jefe.

b. Condiciones laborales

Existe tres condiciones que tiene un gran impacto en la labor, los cuales son los siguientes:

- Condiciones del ambiente: como la temperatura, entre otros.
- Condiciones de tiempo: como el periodo de jornada laboral, entre otros.
- Condiciones sociales: como vínculos, clase, entre otros.

La higiene laboral está encargada de las condiciones del ambiente laboral, no obstante, está pendiente de las demás condiciones. Cuando se habla de esta condición se refiere a las situaciones tangibles que acompañan al trabajador quien ocupa un cargo en una compañía, mejor dicho, el clima tangible del trabajador en tanto realizar sus actividades. En tipo de condición se describen sus tres puntos esenciales:

- Iluminación

Se refiere a la porción de luz que recae en la labor del trabajador. Específicamente consiste en esa porción de luz en el área laboral. De esta forma, la calidad de la luz se determina conforme al modelo de actividad visual en particular, mejor dicho, mientras más se concentre del trabajador en partes, será muy necesario más cantidad de luz en su labor. Una iluminación deficiente agota la vista, hace que la labor se vuelva errónea y es el encargado de llevar a cabo estos requerimientos:

- Ser bastante: de tal manera que la luz emitida abarca cada espacio del lugar de trabajo.
- Repartir la luz continua y homogénea: con la finalidad de impedir el cansancio de la vista, lo que se origina debido a distintas cantidades de fuerza luminaria. Es necesario impedir las variaciones de luz.

- Ruido

Este elemento es un sonido no deseable y posee dos cualidades esenciales: regularidad y potencia. La regularidad del sonido es la cantidad de vibraciones por segundo que emana el ruido y en ello tiene una medición de ciclos por segundo. La potencia del sonido se evalúa en decibels. Diversos estudios brindan información que el ruido no causa la disminución del rendimiento laboral. No obstante, el ruido tiene una influencia intensa en la salud del trabajador, respecto a su audición. De tal forma, la exhibición de largo plazo de altos niveles ocasiona que se malgaste la audición. El ruido depende de estos elementos:

- Fuerza del sonido.
- Cambios en la frecuencia o alteraciones.

- Regularidad.
- Temperatura

Este es un elemento esencial en la condición ambiental. Existen puesto de trabajo en el cual se encuentran ubicadas en altos índices de temperaturas, como en el caso de los hornos en un siderúrgica, entre otros, en donde es necesario contar un traje especial con el objetivo de no perjudicar su salud. Por lo otro lado, existen puesto donde hay bajos niveles de temperatura, como por ejemplo los frigoríficos, en el cual también es necesario contar con un traje especial. Ante los ejemplos mencionados en este tipo ambientes labores un factor esencial es la salubridad.

- Humedad

Este elemento es resultado de un nivel elevado de higrométrico en la atmósfera. Hay espacios con condiciones ambientales de mucha humedad, por ejemplo, las fábricas textiles. Por otro lado, hay otras condiciones en donde la humedad es reducida o nula.

H. Actitudes frente al compromiso

(Robbins & Judge, 2013, pág. 78) menciona que a lo mejor se cuestione si dichos comportamientos enfocados a las labores son realmente diferentes. Puesto que, a pesar de ello, si las personas sientes bastante compromiso con sus labores (involucradas altamente), ¿no es bastante posible que así mismo les agrade (alta satisfacción)? De forma parecida, ¿Acaso las personas que razonan acerca del apoyo que les otorga su empresa no sentirá compromiso ante esta?

La prueba asume que estos comportamientos se encuentran estrechamente relacionados, tal vez hasta un grado que dificulta el suceso. Por ejemplo, la relación entre la cooperación organizacional percibida y la responsabilidad afectiva es bastante elevada. Esto quiere decir que sus variables pueden repetirse. Pero ¿Cuál es la razón de tener dos timones en un vehículo si solamente hace falta uno? ¿Cuál es la razón de contar con dos conceptualizaciones -con distintas nominaciones- cuando solo hace falta uno?

A pesar de que a los especialistas en investigación del comportamiento organizacional nos agrada plantear ciertos comportamientos, es usual que no seamos tan buenos para implantar diferencias entre estas. Se encuentran diversas disimilitudes entre los comportamientos, sin embargo, se sobreponen bastante debido a distintas causas, incluso el temperamento de la persona. Ciertos individuos se encuentran a disposición de manifestarse positivos o negativos en prácticamente todo. Si alguien le comenta que siente amor por su organización, no tiene mucho significado si este se observa positivo ante toda situación a lo largo de su vida. O también la adaptación quiere decir que ciertas empresas son un lugar preferente ante otros para laborar. Entonces si como parte de la gerencia tiene conocimiento del grado de satisfacción en el trabajo de alguna persona, tiene conocimiento de prácticamente todo lo que exige conocer acerca de la manera en la que este individuo observa a la empresa.

I. Compromiso como método para el manejo de conflictos

(Whetten & Cameron, 2011, pág. 384) mencionan que la respuesta del compromiso es una posición media entre el asertividad y el apoyo. Un compromiso es la iniciativa de adquirir una parte satisfactoria para las dos partes, de manera que ambas obtienen lo correspondiente “media tajada”. Para alcanzar eso, se solicita a estas dos partes que realicen esfuerzos para conseguir una igual ganancia. A pesar de que este método posee un gran interés factible para la dirección, su aplicación indiferente es perjudicial. Si se pide constantemente a los subalternos que “dividan la diferencia”, podrían caer en la conclusión de que sus directores se encuentran más inclinados en solucionar los conflictos que los inconvenientes. Esto genera un ambiente de convivencia que incita las jugarretas, como incluso solicitar dos veces lo que se requiere.

Una equivocación usual en las integraciones consiste en hacer un hincapié exagerado en el hecho de “ser justos con ambas partes”, al responsabilizarse mediante normativas y reglamentos organizacionales opuestos, como por ejemplo la expulsión de participantes sobrantes del equipo. Cuando la toma de decisiones se realiza con respecto a “repartir el dolor por igual” o “usar la mitad de los procedimientos de ustedes y la mitad de los nuestros”, más que fundamentada en el esfuerzo, en la que la concordancia se encuentra por sobre

la valoración. Absurdamente las actividades que se realizan en aras de “mantener la paz entre las familias fusionadas” usualmente acaban por ser tan incoherente e incongruente que el enlace ascendente está obligado a desarrollarse tras un hábito de confusiones y conflictos internos constantes.

J. Compromiso de carrera de toda la vida

(Hellriegel, Jackson, & Solum, 2005, pág. 41) mencionan en un sistema de administración protocolario, el trabajo es visto como un compromiso de profesionalismo para toda la vida, mejor dicho, el trabajador y la empresa tienen compromiso como también los dos se sienten comprometidos en relación al trabajo del empleo.

En general, el compromiso de carrera de toda la vida significa que está garantizada la seguridad en el empleo mientras el trabajador esté calificado a partir de un enfoque técnico y desempeñe satisfactoriamente. Los requerimientos de entrada, como por ejemplo el grado de instrucción y la experiencia, tienen la garantía que el contrato tiene fundamento en las evaluaciones tiene más valor que los contactos. La empresa utiliza la seguridad laboral, incrementos salariales constantes y pensiones para afianzar que la persona realice satisfactoriamente las ordenes encomendadas. La promoción se da en caso un trabajador refleja altas competencias necesarias para el manejo de las peticiones hechas por el jefe. Se puede asumir que grado de la empresa se relaciona próximamente con la habilidad. Los directivos en empresas burocráticas, como el servicio civil, con frecuencia dependen de los resultados de pruebas escritas y físicas, la cantidad de educación formal y la experiencia laboral previa al tomar decisiones de contratación y promoción.

J. Compromiso organizacional como actitud relacionada al trabajo

(Robbins & Judge, 2013, pág. 78) mencionan que mencionan que el nivel en que un trabajador se siente identificado con una compañía en particular y sus propósitos y anhelos, con la finalidad de conservar su posición a dicha compañía.

Mientras la participación laboral es símbolo de reconocimiento con la labor, el compromiso organizacional se refiere a reconocer de la persona hacia una compañía. Los estudios muestran que el compromiso organizacional asimismo aporta a reducir márgenes altos de ausentismo y rotación, y efectivamente, una buena señal es el feedback prolongado y tota para con la empresa que la satisfacción laboran es especial. No obstante, este es una actitud en relación a la labor con menor significativo que el pesado lo fue. A menudo, el personal no permanece en una misma empresa en la mayor parte de los casos cambian de empleo. Los estudios acerca de apoyo organizacional percibido, la convicción universal del personal de que empresa tiene en cuenta su aporte y tiene interés por su confort, expresan el compromiso de la organización hacia su empresa resulta beneficios. Los márgenes altos de apoyo organizacional percibido conducen a un aumento en la satisfacción en el trabajo y menores márgenes de rotación.

K. Compromiso desde una mirada organizacional

(Alles, 2015, pág. 118) señala que el compromiso organizacional es una expresión que hace referencia al compromiso en un grupo de empleados de una empresa en particular con respecto a los propósitos, la misión y la táctica que se han establecido, como se reconocen con estas definiciones y que solidez tiene este compromiso en relación a un largo plazo.

Las organizaciones y sus directivos siempre tienen en cuenta el compromiso como un valor o como una competencia, aunque no haya sido expresado de este modo en los métodos y procedimientos de trabajo adaptados en la organización en cuestión. Las definiciones utilizadas son diferentes y su empleo dependerá del enfoque que desee dársele al término en cada caso.

En el ámbito de las organizaciones será posible medir y desarrollar al compromiso de los colaboradores. Por lo tanto, las herramientas a utilizar para la medición del compromiso y las motivaciones personales deberán incluirlos.

L. Herramientas para medir el compromiso en la organización

(Alles, 2015, pág. 119) menciona que el compromiso de un colaborador podrá ser evaluado de manera similar a la forma habitual de medir una competencia, es decir, mediante la observación de comportamientos. Se podrán utilizar herramientas tales como Evaluación vertical, fichas de evaluación y Assessment Center Method (ACM).

A continuación, se hará una breve descripción de herramientas menos difundidas que permiten valores y proyectos personales, aspectos que influyen de un modo u otro en el compromiso de las personas.

c. Manual de detectar valores personales en selección

Grupo de teorías, situaciones, actividades y cuestionarios que ayudan a aplicar en la práctica los diferentes instrumentos requerido para hallar los valores individuales en elección de individuos.

Los manuales usualmente contienen documentos e instructivos específicos y detallados que, en este caso en particular, permitirán al selector o futuro jefe detectar de forma temprana comportamientos no deseados en postulantes, previo a su ingreso a la organización

Las herramientas a su vez se complementan con indicadores para medir dichos valores.

d. Encuesta sobre valores y proyectos personales

Medición interna para conocer los proyectos personales de los colaboradores y su grado de adherencia a los valores organizacionales.

No son uso frecuente en el ámbito de las organizaciones. Sin embargo, su utilización es altamente recomendable.

La encuesta sobre valores permite conocer el grado de adherencia o no que los colaboradores sienten en relación con los valores que la organización pretende encarnar. En la encuesta se deberá consignar la denominación que se le ha dado a cada valor, junto con su definición.

Los colaboradores podrán expresar su grado de adherencia a los valores organizacionales seleccionándolos en una escala, por ejemplo: 1) En desacuerdo,

2) Ligeramente de acuerdo, 3) De acuerdo, 4) Comparto plenamente, 5) Deseo ser una referente.

Para indagar sobre los proyectos personales, se pueden realizar preguntas abiertas o cerradas.

Variable dependiente: Atención al usuario

A. Definiciones

(Sánchez, 2015, pág. 390) menciona que es llevar a cabo instrumentos para la atención y resolución de todos los sucesos e inconvenientes que pueden ocurrir, y de esa forma no permitir que los usuarios dejen de confiar en la organización y acudan hacia nuestros competidores.

(Pérez, Pérez, López, & Caballero, 2015, pág. 164) señalan que resulta esencial establecer un grupo de procesos manejables y dinámicos que permitan facilitar las actividades y no ocasionen dificultades, debido a que aptitud de respuesta es básica.

(Fernández & Fernández, 2015, pág. 258) establecen que la organización ha de abordar un grupo de tareas para mejorar la calidad en la prestación de servicio.

(Villa, 2014, pág. 135) manifiesta que son procesos de atención, los usuarios o usuario deben recibir el mismo nivel de calidad en la atención.

B. Dimensiones

(Sánchez P. , 2015, pág. 345) manifiestan que en algunas ocasiones reciben visitas de la ciudadanía, que desean cierto tipo de servicio.

Cualquiera que sea el motivo por la que ellos tengan que presentarse a la organización, por ende, pueden tener atención bien acogida y ello está sujeta a tres elementos: entorno, organización y personal.

a. El entorno

Está compuesta por los siguientes elementos físicos y su infraestructura tales como: edificio, acceso, mobiliario, entre otros, que son condiciones físicas

que está sujeta el confort (iluminación, música del ambiente, limpieza, entre otras). Sus indicaciones son los siguientes:

- Accesos.
- Aparcamiento.
- Condiciones físicas de las que está sujeta el confort.
- Edificación.
- Mobiliario.
- Sala de acogida.

b. La organización

Es un conjunto de elementos, físicos o abstracto, que se usa para la atención de la ciudadanía y dan la posibilidad los mecanismos tengan una función de manera adecuada:

- Gestión de reclamaciones.
- La documentación.
- Los canales de comunicación.
- Los procedimientos
- Protocolos.
- Sistemas de información, bases de datos CRM.

c. Los empleados

Las personas son elementos muy importantes para la organización ya que es el vínculo con el ciudadano. La atención que realiza el personal puede ocultar ciertos elementos (el entorno la organización). Sus indicadores son los siguientes:

- Buen trato.
- Buena primera impresión.
- Confianza.
- Credibilidad.
- Imagen adecuada.

- Lenguaje adecuado.
- Lenguaje claro.
- Modelo de comportamiento.

C. Elementos de la atención al usuario

(Fernández & Fernández, 2015, pág. 221) establecen que para poder satisfacer y lograr la fidelidad de la clientela no es suficiente son tener conocimiento de sus necesidades; sino más bien deben tomarse en cuenta el tratamiento en la presentación del servicio brindado, el esmero en los pormenores, la disponibilidad que muestran los trabajadores, la asistencia por medio telefónico, y otros factores que deben ser tratados con cautelo, tales como, el ambiente, la empresa, y los trabajadores.

El ambiente: está conformado por la totalidad de sus factores, tanto de manera externa (lugar de estacionamiento, parte fronteriza, alumbrado e higiene del ambiente en general), como interna (higiene del local, acondicionamiento del aire, orden, clases de muebles o posición de estos). Previo al ingreso de algún local, la clientela se crea alguna idea del concepto de la organización; si este no se encuentra limpio, ni ordenado, y le es dificultoso el hallar algún producto, no va a realizar la adquisición. No obstante, si cuenta con un ambiente adecuado, la clientela sentirá un ánimo a realizar alguna adquisición.

La empresa: para ser una adecuada empresa debe establecer el ambiente requerido para poder proceder con la venta. Debe administrar la forma más adecuada de brindar el servicio e incrementar la conexión con la clientela. Abarca desde el programa de asistencia por teléfono a las personas, la hora de comienzo y término de las labores, la información del bien o servicio a partir de la perspectiva del personal, el sistema de financiamiento, e incluso el plan de información de la organización. Definitivamente, es el grupo de presentaciones que la clientela aguarda obtener de la organización.

Los trabajadores: aquel individuo que labora en una organización y posee relación con la clientela, representado así a la empresa. La relación comunicativa y el trato que se tiene con el usuario es muy importante, sin embargo, es vital

que el trabajador sepa los productos que ofrece y tenga conocimiento de dar información, manifestar y persuadir al usuario de la calidad de estos.

D. Fases de la atención al usuario

(Fernández & Fernández, 2015, pág. 222) mencionan que al momento de brindarle atención al usuario debemos tener el conocimiento de la función que vamos a tomar delante de él y de qué manera vamos a relacionarnos con este.

Con respecto a la atención al usuario, la organización ha de implantar un grupo de tareas para lograr la mejor calidad posible en la prestación del servicio. Estos comportamientos o tareas han de manifestar los requerimientos y anhelos del cliente y lo podemos entender en las fases siguientes:

- La acogida: aquí se realiza la primera relación entre el trabajador y el usuario. El aspecto del trabajador y su primer comportamiento ante el usuario es sumamente importante al momento de la mayor venta posible de bienes y fidelizarlo. El usuario espera tener un buen recibimiento, sin la necesidad de aguardar por un mayor tiempo o ser ignorado, siendo parte de una rápida atención de manera individual y obtención de los datos completos, obtener un tratamiento comercial amable y no lejano y desafectivo. Todo aquello es percibido mediante la comunicación de manera verbal y no verbal; en definitiva, se debe comportar empáticamente.
- El seguimiento: en esta parte del procedimiento de la atención al cliente es cuando debe obtener datos y distinguir qué es lo que desea el usuario, que desea obtener ya sea un bien o servicio de la organización, hallar las razones por las que lo hace, qué manera de personalidad posee, cuál es su temperamento (extrovertido, introvertido, sumiso, dominante, cálido, lejano, humilde, egocéntrico, entre otros), que le motiva a adquirir o cuáles son los colores en los que pone su atención. Toda esa información que posee el usuario es muy importante para conocer cómo debemos tratarlo y realizar un seguimiento de aquello que aguarda conseguir. Siempre debe dejar que el cliente hable y exprese lo que quiere, nunca debe interrumpir ni discutir; todo lo contrario, debe haber una comunicación fluida y adecuada.

- La gestión: es aquí donde debe darse una explicación de todo aquello que se relaciona con el bien y brindar información de todas las particularidades de este, así mismo informando acerca de otras opciones y probabilidades de bienes que también se posee y se cree poder complacer al usuario. Así mismo, se dará una explicación del proceso que realiza la organización para la distribución de la mercadería, si cuenta con programas de financiamiento y pagos postventa. Debe fundamentarse claramente, y de manera exacta y práctica, nunca se debe presionar a un usuario.
- La despedida: es tan importante o incluso más que la fase en la que se da la primera relación de contacto, debido a que, realmente, es este el momento en que la venta se cierra. Debiendo realizarse una amable y correspondiente despedida, intentando nombrar al usuario, sin darle importancia a si el usuario desea aún pensar en su compra o no halla lo que necesita o si va a ejecutar la adquisición o no. La actitud profesional de la despedida siempre se debe realizar con la mayor cortesía.

E. Premisas básicas de la atención al usuario

(Palomo, 2014, pág. 94) menciona las premisas básicas que deben tenerse en cuenta:

- Formalidad: mostrar franqueza en la manera de comportarse y aptitud para mostrar compromiso íntegro y serio. Los individuos que poseen esta particularidad son de fiar y ante los usuarios, siempre cumplen lo que prometen.
- Iniciativa: significa ser activo, dinámico y brindar una solución inmediata a las situaciones problemáticas. Si poseemos esta cualidad no esperamos que otros hagan; sino más bien lo hacemos nosotros y no permanecemos pasivos ante las dificultades.
- Ambición; poseer las ansias de mejora y crecimiento; mejor dicho poseer deseos de superarse. Si somos ambiciosos nos marcamos metas cada vez mayores. Si vendemos, nos esforzamos en prosperar los efectos. Si informamos, trabajamos para realizarlo de manera más eficiente. Si

solucionamos situaciones problemáticas, luchamos para lograr dar una solución superando la imaginación de nuestra clientela.

- Autodominio; implica que somos capaces de mantener el control de nuestras emociones. No nos dejamos manejar fácilmente por el mal humor o la felicidad si la ocasión no lo amerita. Frente a un usuario que espera impaciente somos capaces de tranquilizarle mediante unas palabras de amabilidad y un aspecto sonriente, controlando incluso los impulsos ante los usuarios con menor educación.
- Disposición de servicio; es una disposición común, no obligado a brindar atención ni asistencia hacia la clientela. Mejor dicho no sentirse menos por el hecho de atender las necesidades, o incluso imposiciones de los ciudadanos.
- Don de gentes; ¡nos gusta la gente! Estamos cómodos oyendo, tratando de esforzarnos por comprometer la consideración de nuestro usuario. De manera automática podemos ser cordiales y amables. Esta habilidad para relacionarse con los usuarios es inestimable para lograr ese ambiente de familiaridad, que es tan fundamental para que culminen la adquisición.
- Colaboración; denota ser un individuo al que le agrada realizar labores en grupo y le gusta laborar con otros individuos para conseguir un propósito en general: conseguir que toda nuestra clientela quede satisfecha y que, más adelante, elijan nuestro establecimiento ante nuestros competidores.
- Enfoque positivo; es la habilidad para observar la manera positiva de las situaciones. Es poseer una perspectiva constructiva enfocada a la resolución, mas no dirigida ante la situación problemática. Es una condición fundamental ante las dificultades tomadas como situaciones para aprender y enriquecerse.
- Observación; es la capacidad para capturar los pormenores, que no son siempre perceptibles por todos los individuos. Es la habilidad para observar y escuchar eso que le consiente “leer entre líneas”. Es fundamental respecto a la atención al usuario estar apto al entendimiento de la comunicación no verbal del ciudadano.

- Habilidad analítica; cuando nos comunicamos con los individuos, captamos una enorme cuantía de datos e informaciones. La habilidad analítica consiente obtener lo fundamental de lo general, desarmar un conflicto en divisiones, para evaluar cada concepto fundamental y, en relación a esta evaluación, brindar una resolución general.
- Es la habilidad de crear nuevos conceptos, de brindar opciones para llevar a cabo una disposición. Es tener la capacidad de alejarse de lo instaurado y habitual, siempre y cuando la organización estructural de la compañía lo consienta.
- Recursos; quiere decir poseer la destreza y el talento para resultar victorioso de los problemas. Involucra tener un grupo de caracteres individuales, tales como la inventiva, el análisis y resolución de problemáticas, control propio, una postura positiva, entre otros., que se ven involucradas para enfrentar las dificultades. Tiene relación con la habilidad de la eficacia ante la tensión. Ser un individuo con recursos está relacionado con las situaciones de experiencia, la formación y el ser maduro con sus emociones.
- Aspecto externo; el valor del primer impacto en los momentos principales para lograr una adecuada disposición a la adquisición del usuario.

F. Canales de atención al usuario

(Pérez, Pérez, López, & Caballero, 2015, pág. 166) señalan que en los últimos años se ha dado un avance imprescindible en este aspecto, resultado de las variaciones en los medios por los que se realiza la atención hacia el cliente.

En un principio esta se ejecutaba tan sólo de manera presencial (suficiente con traer a la memoria escenas en las que se veía a un trabajador tras algún mostrador y algunos individuos en la espera de atención).

No obstante, actualmente, hay distintos medios de atención hacia el cliente mediante los que posee la probabilidad de atención a sus opiniones, comentarios, reclamaciones, sugerencias, quejas, entre otros. Se debe tomar en consideración que mientras brindemos más medios de accesibilidad a nuestros clientes para

poder establecer una relación con la organización, se encontrarán con una mayor satisfacción.

A modo general, cuando nos referimos a la atención al cliente, tomamos en consideración cuatro canales o medio de forma básica:

Personal: abarca un mayor costo (sueldos de los individuos que principalmente prestan la atención), sin embargo, permiten de manera más fácil el mantenimiento de conexiones redituables con la clientela.

Telefónico: implica un menor costo en comparación al personal, y consiente realizar un trato equitativo de la relación con la clientela. Actualmente se realiza mediante los llamados call centers.

Impreso: casi ya en desuso y opuesto a la consideración ambiental, es reemplazado usualmente por los canales electrónicos. Su importancia se da en el caso de que la clientela desee interceder con alguna sugerencia, reclamo respecto a un individuo o área en especial.

Electrónico: es el más usual últimamente, su costo es bastante menor y posee la particularidad de que al ser parte de un tipo de relación indirecta con los individuos, esto haga menor su uso ante el medio telefónico o individual.

G. Errores frecuentes en la atención al usuario

(Palomo, 2014, pág. 81) señala en la mayoría de las organizaciones se marchan los usuarios que no se encuentran satisfechos, en especial por equivocaciones cometidas en la prestación de servicio y atención individualizada.

Dentro de las equivocaciones más frecuentes se puede mencionar:

- Desperdicio del tiempo del usuario por la ausencia de atención. En estas situaciones, el usuario empieza con la desesperación cuando ve a los trabajadores realizando otra actividad, y espera finalizarla aún para poder atenderle. Además, también se relaciona con la ausencia de un contacto verbal o visual con este de manera que le hace sentir ignorado.

- Diálogo entre trabajadores. Los usuarios en su mayoría esperan contar con la atención necesaria e indagan por alguna persona que se los pueda brindar. Sin embargo, no hallan lo que buscan debido a que estos no se encuentran dispuestos por el hecho de mantener una conversación con algún otro trabajador omitiendo así la atención al usuario. Mejor dicho, no se encuentran en disposición de la necesidad que se solicita.
- Trabajadores que no se trasladan a otorgar el servicio. En varias ocasiones los trabajadores se aproximan al usuario y por encontrarse a algo más de distancia no realizan la atención; en algunos casos inclusive el usuario puede acudir a su llamado o manifestarle alguna seña y este no se traslada de su lugar de confort para prestarle atención.
- Deficiencia de comunicación. Por otro lado, ciertos empleados pueden trasladarse de manera continua para brindar el servicio, sin embargo, espera siempre que el usuario sea el que lo solicite primero. Esto puede generar incomodidades debido a que el usuario confía en que les presten atención a sus requerimientos.

De esta manera podrían mencionarse un sinnúmero de actividades que pueden ser eficaces o no de acuerdo al plan realizado por la organización con respecto a sus usuarios. Algo que sí se mantiene evidente es que los usuarios en su totalidad buscan de experimentar situaciones satisfactorias y permanecer su satisfacción ante la finalización de la atención y servicio brindado.

H. Departamento de atención al usuario

(Pérez, Pérez, López, & Caballero, 2015, pág. 165) mencionan que a pesar de que inicialmente se pensaba que el área de atención al cliente consideraba como principal objetivo el gestionar reclamos, sus actividades abarcan mucho más que eso.

Es así, que por una parte la presencia de esta área transfiere una percepción de seguridad para los usuarios, debido a que en presencia de algún supuesto incidente que se dé con la entidad, advierten que será solucionado de manera factible o, al menos será gestionado de manera correcta.

Por otra parte, su función es recolectar datos acerca de diversas perspectivas de la clientela puesto que, mediante el procedimiento de quejas o recomendaciones, brindan datos sumamente importantes acerca de las debilidades que podría poseer la entidad y su efectiva administración ocasionará que se solucione.

Por ello, según los últimos estudios realizados en marketing relacional, que las entidades creen el departamento, de atención al usuario con el único objetivo de cumplir con la legislación vigente o, más aún, crearlo porque es una moda pasajera es un grave error. En estos sucesos, uno se arriesga al asignar a este departamento personal de la entidad que esté poco motivado, que haya quedado desplazado en la organización o, simplemente, porque ante una reestructuración laboral no se sabe muy bien dónde ubicar personal y se recoloqué en él.

Por el contrario, el departamento de atención al usuario debe formar parte de la propia estructura organizativa de la empresa. Es un importante fallo, por ejemplo, subcontratar este servicio, ya que debe ser personal propio de la entidad, y por extensión, todo el personal de la plantilla, el que debe estar involucrado en ofrecer un adecuado servicio al usuario.

Un área de atención al usuario que brinde una prestación de atención con un elevado grado de calidad en su presentación coopera con beneficios importantes a la entidad, como por ejemplo:

- Incrementa la fidelidad de su clientela.
- Incentiva un aumento de intervención en su demanda.
- Consiente adquirir perfeccionamiento en el aspecto rentable de la entidad
- Posibilita la adquisición de más usuarios
- Consiente el ahorro de costos a la entidad
- Brinda una imagen superior de la organización, y también de la marca de los servicios que brinda.

Por otro lado, cualquier área de atención al usuario debe otorgar en la administración de su servicio, las siguientes oportunidades:

- Brindar confianza al usuario.

- Contar con una facultad de respuesta práctica y veloz.
- Tener empleados profesionales y con motivación respecto a las actividades que realiza.
- Tener una conformación de fácil acceso para los usuarios.
- Manifestar una atención cortés hacia el usuario.
- Ponerse en el lugar de los usuarios y sobretodo, entenderlos.
- Contar con una estructura interna correcta y brindar bienestar físico.

I. Principios de la calidad de atención al cliente

(Villa J. , 2014, pág. 143) señala que todos somos clientes en una gran cantidad de organizaciones. Un cliente generalmente entra en contacto con el servicio al cliente porque tiene problemas si resuelve un problema del producto, resuelve un problema y entrega documentación. Para ello, proporcione algunas tareas que el trabajador debe oír, entender y manejar correctamente para desarrollar una respuesta lo más satisfactoria posible.

Algunos principios tienen lugar entre el enfoque del problema y la solución dada por el empleado es el eje central del cliente.

En una solución satisfactoria a la demanda del cliente, el elemento básico que llamamos personalización de la atención, es decir, debemos tratar al cliente como una persona con características y características especiales que difieren de los demás clientes. Este tratamiento se percibirá como un valor.

La atención personalizada del cliente debe seguir los siguientes principios:

- Bienvenida, es hora de darle la bienvenida al cliente. Uno de los problemas más comunes del servicio al cliente es comprenderlos como números simples ya que debemos participar en el compromiso. Los vemos como un problema en sí mismo, independientemente de si la solicitud realmente plantea un problema en el trabajo. La herramienta básica que debería estar disponible es la actitud y una serie de habilidades de comunicación verbal y no verbal. El primer contacto es esencial para dar una buena impresión. Los primeros dos segundos son información casi visual, no verbal y contextual.

- Intercambio, el eje central es la interacción con el cliente es el tiempo transcurrido entre la exposición y la resolución de problemas. Es hora de servir al cliente que generalmente se enfocará en el empleador para solucionar un problema específico cuya virtud corresponderá a las diferentes clases de contacto que el trabajador y la clientela hacen.

Se menciona las clases de contacto más conocidas:

- Solicitud de datos, distinguimos dos suposiciones:
 - o Específica, el cliente exige de datos puntuales, exactos.
 - o Amplia, el cliente requiere la información correspondiente a cierto asunto.
- Atribución documentaria; el proceso es más simple en este caso porque el trabajador solo debe cerciorarse de captar o brindar los documentos relevantes y de que el usuario comprende los procesos para completar y otorgar dichos documentos o el momento de espera para comprender la respuesta de su petición.
- La conclusión de algún reclamo, otra clase de relación, es la establecida para presentar una queja y resolver una correspondencia incorrecta entre el puesto del usuario y la empresa. En estas ocasiones, será necesario buscar todo el conocimiento posible sobre la naturaleza del problema y canalizarlo adecuadamente, informando los pasos y pasos que se deben seguir.
- Solución, esta fase finaliza el contacto con el cliente y significa que ofrece una resolución satisfactoria. Para esto, se debe usar la retroalimentación. Se debe garantizar que el cliente haya entendido el mensaje, utilizando preguntas o respuestas o haciendo un resumen de lo que se ha explicado hasta ese momento y que está de acuerdo con la solución propuesta. De esta forma, el cliente percibe que sus problemas están resueltos o en proceso de solución. Antes de cerrar el contacto, se debe alentar al cliente a que exprese otras solicitudes relacionadas con la pregunta original, las preguntas vinculadas o sugerencias para mejorar el servicio.
- La evaluación, la magnitud de medida de la satisfacción de la clientela es un instrumento básico para evaluar la calidad del servicio y mejorar los aspectos menos calificados dentro de cada área de la organización.

J. Protagonista en la calidad de atención al cliente

(Pérez V. , 2007, pág. 9) menciona que como una organización que labora guardando respeto sobre la ideología de la calidad del servicio, el actor principal es el cliente. En este caso, el objetivo principal de la empresa es eliminar permanentemente todos estos problemas, lo que puede causar insatisfacción de la clientela. Lo más relevante es cumplir sus necesidades y superar sus ideales.

Como resultado, quien tiene la responsabilidad de identificar y dar solución a ciertos problemas, son los elementos de la empresa, sean gerentes o colaborador, a los que se agregarán los abastecedores y, esencialmente, los mismos clientes de la compañía que brindan los comentarios necesarios.

Además, hay elementos en la organización que son fundamentales de la empresa que son muy importantes para alcanzar los objetivos de calidad enfocados al cliente, como marketing y servicio, desarrollo humano, construcción de la compañía e imagen organizacional.

Los gerentes son altos ejecutivos, intermediarios, gerentes y gerentes. El papel principal en la implementación del servicio al cliente de alta calidad es trabajar con la conciencia y el convencimiento de los demás participantes de la compañía. Así mismo originan el ambiente requerido para que la clientela sea el personaje principal y mantenga una postura favorable dirigida a alcanzar su complacencia, así como a integrar la filosofía de la empresa incluida en el propósito, cultura, normativas, métodos y programaciones.

La función básica de los trabajadores es hacer su labor de la forma más adecuada y dirigirlo a la conformidad del cliente. Los abastecedores pueden conformar la empresa de manera externa, que consiste en todo lo que suministra la materia prima o los recursos que se requieren para la elaboración. El papel fundamental es satisfacer las necesidades del cliente mediante los requisitos acordados y exigidos anteriormente.

Por otra parte, la función de los clientes es brindar a la compañía los datos más importantes acerca de las dificultades en los servicios y sus exigencias y perspectivas realistas. Son el principio de los datos más importantes que consiente la corrección o perfeccionamiento del producto o servicio entregado.

Otra manera de ver los personajes principales de calidad de la atención es el servicio de patrón de triángulo donde es importante tener en cuenta la organización y los clientes como cuestiones estrechamente relacionadas en un vínculo triangular, constituida a través de los servicios de tácticas, personas y sistemas que giran en torno al cliente en una relación innovadora.

El contacto en lugar de una conformación es un procedimiento que impulsa a la empresa a admitir clientes en la industria del diseño.

La relación entre esa parte del triángulo se caracteriza por la línea que vincula a la clientela con la táctica estratégica del servicio con respecto a las exigencias del cliente y las razones necesarias. La línea del proceso de entrega del servicio al cliente representa y comunica la estrategia en el mercado. Eso conecta a la clientela con las personas de la empresa, es el momento de contacto, la interrelación, en la que se proporciona y se adquiere el servicio. Aquí es donde surge la oportunidad de vencer situaciones críticas en la relación con la clientela.

K. Valoración del usuario ante la atención recibida

(Fernández & Fernández, 2015, pág. 232) menciona que, para comprender la valoración del usuario con respecto a la atención percibida, las organizaciones, en general, ejecutan unos órdenes u orientaciones que hará uso del servicio de atención al cliente. En estas órdenes u orientaciones se establecen los procesos o instrucciones a aplicar ante algún reclamo, sugerencia, felicitación o queja que el usuario exterior haga.

En esta sección definiremos y describiremos los medios por los que la clientela puede hacer un reclamo, sugerencia, felicitación o queja.

- Reclamación; que es la petición dada por la clientela externa en la que muestra una exigencia por derecho específico o la reposición de su conveniencia debido a la violación del acuerdo contractual. A manera general, esta posee efectos jurídicos y suele pedirse una reparación o restitución debido a los daños causados.
- Sugerencia; es el acto o concepto planteado por el usuario para la mejora del bien o servicio de la organización.

- Felicitación; es la gratitud o comentario positivo que realiza algún cliente o usuario a la organización, ya sea por el servicio o el bien brindado; así mismo las felicitaciones en su totalidad han de ser dirigidas al individuo comprometido en el servicio de atención al cliente.
- Quejas; son las correspondientes a la función del servicio brindado por la organización y que son generadas por demora, falta de atención, alteraciones o alguna otra manera de acción o carencia que la clientela perciba en la ejecución de la organización, razón por la que la clientela exterior muestra su disgusto, descontento o disconformidad.

En la actualidad existen una serie de medios que, en general, la mayoría de las empresas utilizan y ponen a disposición de los usuarios para que puedan efectuar una queja, reclamación, sugerencia o felicitación. Estos medios son:

- Línea telefónica gratuita de atención al usuario, que es la fórmula preferida de los clientes insatisfechos, ya que reciben una respuesta inmediata. Todas las empresas saben que tener un número de teléfono para las reclamaciones o quejas refuerza la confianza de los clientes, ya que consideran que pueden presentar una queja o reclamación cuando lo consideren oportuno.
- A través de la página web o correo electrónico de la compañía. Es recomendable que el cliente pueda saber en qué fase se encuentra su reclamación y que la página web tenga incorporada un formulario de queja o reclamación; también es conveniente que haya un cuestionario de satisfacción diferente.
- Teléfono directo del servicio de atención al usuario.
- Por fax, por lo que la empresa debe facilitar el número.
- Buzón de sugerencias de la empresa, que es la fórmula menos utilizada, pero si se utiliza como buzón de reclamaciones, es una solución para el cliente y será menos reacción a utilizarlo.
- Escrito, presentado directamente en la empresa o a través del servicio de correos.
- A través de cualquiera de los empleados de la organización.

L. Canales de atención al usuario

(Pérez, Pérez, López, & Caballero, 2015, pág. 166) señalan que en los últimos años se ha dado un avance imprescindible en este aspecto, resultado de las variaciones en los medios por los que se realiza la atención hacia el cliente.

En un principio esta se ejecutaba tan sólo de manera presencial (suficiente con traer a la memoria escenas en las que se veía a un trabajador tras algún mostrador y algunos individuos en la espera de atención).

No obstante, actualmente, hay distintos medios de atención hacia el cliente mediante los que posee la probabilidad de atención a sus opiniones, comentarios, reclamaciones, sugerencias, quejas, entre otros. Se debe tomar en consideración que mientras brindemos más medios de accesibilidad a nuestros clientes para poder establecer una relación con la organización, se encontrarán con una mayor satisfacción.

A modo general, cuando nos referimos a la atención al cliente, tomamos en consideración cuatro canales o medio de forma básica:

Personal: abarca un mayor costo (sueldos de los individuos que principalmente prestan la atención), sin embargo, permiten de manera más fácil el mantenimiento de conexiones redituables con la clientela.

Telefónico: implica un menor costo en comparación al personal, y consiente realizar un trato equitativo de la relación con la clientela. Actualmente se realiza mediante los llamados call centers.

Impreso: casi ya en desuso y opuesto a la consideración ambiental, es reemplazado usualmente por los canales electrónicos. Su importancia se da en el caso de que la clientela desee interceder con alguna sugerencia, reclamo respecto a un individuo o área en especial.

Electrónico: es el más usual últimamente, su costo es bastante menor y posee la particularidad de que al ser parte de un tipo de relación indirecta con los individuos, esto haga menor su uso ante el medio telefónico o individual.

M. Errores frecuentes en la atención al usuario

(Palomo, 2014, pág. 81) señala en la mayoría de las organizaciones se marchan los usuarios que no se encuentran satisfechos, en especial por equivocaciones cometidas en la prestación de servicio y atención individualizada.

Dentro de las equivocaciones más frecuentes se puede mencionar:

- Desperdicio del tiempo del usuario por la ausencia de atención. En estas situaciones, el usuario empieza con la desesperación cuando ve a los trabajadores realizando otra actividad, y espera finalizarla aún para poder atenderle. Además, también se relaciona con la ausencia de un contacto verbal o visual con este de manera que le hace sentir ignorado.
- Diálogo entre trabajadores. Los usuarios en su mayoría esperan contar con la atención necesaria e indagan por alguna persona que se los pueda brindar. Sin embargo, no hallan lo que buscan debido a que estos no se encuentran dispuestos por el hecho de mantener una conversación con algún otro trabajador omitiendo así la atención al usuario. Mejor dicho, no se encuentran en disposición de la necesidad que se solicita.
- Trabajadores que no se trasladan a otorgar el servicio. En varias ocasiones los trabajadores se aproximan al usuario y por encontrarse a algo más de distancia no realizan la atención; en algunos casos inclusive el usuario puede acudir a su llamado o manifestarle alguna seña y este no se traslada de su lugar de confort para prestarle atención.
- Deficiencia de comunicación. Por otro lado, ciertos empleados pueden trasladarse de manera continua para brindar el servicio, sin embargo, espera siempre que el usuario sea el que lo solicite primero. Esto puede generar incomodidades debido a que el usuario confía en que les presten atención a sus requerimientos.

De esta manera podrían mencionarse un sinnúmero de actividades que pueden ser eficaces o no de acuerdo al plan realizado por la organización con respecto a sus usuarios. Algo que sí se mantiene evidente es que los usuarios en su totalidad buscan de experimentar situaciones satisfactorias y permanecer su satisfacción ante la finalización de la atención y servicio brindado.

N. Departamento de atención al usuario

(Pérez, Pérez, López, & Caballero, 2015, pág. 165) mencionan que a pesar de que inicialmente se pensaba que el área de atención al cliente consideraba como principal objetivo el gestionar reclamos, sus actividades abarcan mucho más que eso.

Es así, que por una parte la presencia de esta área transfiere una percepción de seguridad para los usuarios, debido a que en presencia de algún supuesto incidente que se dé con la entidad, advierten que será solucionado de manera factible o, al menos será gestionado de manera correcta.

Por otra parte, su función es recolectar datos acerca de diversas perspectivas de la clientela puesto que, mediante el procedimiento de quejas o recomendaciones, brindan datos sumamente importantes acerca de las debilidades que podría poseer la entidad y su efectiva administración ocasionará que se solucione.

Por ello, según los últimos estudios realizados en marketing relacional, que las entidades creen el departamento, de atención al usuario con el único objetivo de cumplir con la legislación vigente o, más aún, crearlo porque es una moda pasajera es un grave error. En estos sucesos, uno se arriesga al asignar a este departamento personal de la entidad que esté poco motivado, que haya quedado desplazado en la organización o, simplemente, porque ante una reestructuración laboral no se sabe muy bien dónde ubicar personal y se recoloqué en él.

Por el contrario, el departamento de atención al usuario debe formar parte de la propia estructura organizativa de la empresa. Es un importante fallo, por ejemplo, subcontratar este servicio, ya que debe ser personal propio de la entidad, y por extensión, todo el personal de la plantilla, el que debe estar involucrado en ofrecer un adecuado servicio al usuario.

Un área de atención al usuario que brinde una prestación de atención con un elevado grado de calidad en su presentación coopera con beneficios importantes a la entidad, como por ejemplo:

- Incrementa la fidelidad de su clientela.
- Incentiva un aumento de intervención en su demanda.

- Consiente adquirir perfeccionamiento en el aspecto rentable de la entidad
- Posibilita la adquisición de más usuarios
- Consiente el ahorro de costos a la entidad
- Brinda una imagen superior de la organización, y también de la marca de los servicios que brinda.

2.3 Definición de términos básicos

Variable independiente: Compromiso organizacional

Es el nivel en que un trabajador se identifica con una compañía en particular y con sus objetivos y anhela continuar formando parte de esta (Robbins & Judge, 2017, pág. 78).

Variable dependiente: Atención al usuario

Reside en poner en marcha un mecanismo para prestar atención y dar solución a inconvenientes que pueden darse, evitando que los ciudadanos dejen de confiar en la organización (Sánchez P. , 2015, pág. 343).

Lealtad

Es una inclinación singular a la empresa, determinada por la lealtad la cual procede por descuido cerrándose a renunciar en el momento en que su enfoque sea contradictorio con relación a la arrogada en su organización (Aldana, 2013).

Participación

La participación de los colaboradores intenta desplegar su palabra en las determinaciones la cual entristecen al desempeño organización y la prosperidad de sus colaboradores (Aldana, 2013).

Identificación

Indica que se muestran dispuestos los colaboradores comprometidos a reconocerse sólidamente con la empresa, apetecen laborar por sus finalidades y misión asimismo se incrustan a ella (Aldana, 2013).

Pertenencia

Es el ámbito ser perteneciente a una empresa que hace que se sienta contento en ella el trabajador, despliegue su labor con gusto, en cualquier circunstancia que alcance de conmovir a la empresa, lo selecciona como el ambiente para laborar y proteger, se sienta comprometido y participante (Aldana, 2013).

El entorno

Está compuesta por los siguientes elementos físicos y su infraestructura tales como: edificio, acceso, mobiliario, entre otros, que son condiciones físicas que está sujeta el confort (Sánchez P. , 2015, pág. 345).

La organización

Es un conjunto de elementos, físicos o abstracto, que se usa para la atención de la ciudadanía y dan la posibilidad los mecanismos tengan una función de manera adecuada (Sánchez P. , 2015, pág. 345).

Los empleados

Las personas son elementos muy importantes para la organización ya que es el vínculo con el ciudadano. La atención que realiza el personal puede ocultar ciertos elementos (el entorno o la organización) (Sánchez P. , 2015, pág. 346).

2.4 Hipótesis de investigación

2.4.1 Hipótesis general

El compromiso organizacional influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

2.4.2 Hipótesis específicas

- a. La lealtad influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.
- b. La participación influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.
- c. La identificación influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

- d. La pertenencia influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

2.5 Operacionalización de las variables

Variable independiente	Dimensiones	Indicadores
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	<i>Lealtad</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Obediencia a las normas. - Conducta acorde al trabajo. - Actos de devoción al trabajo. - Conformidad con la institución. - Aumento de esfuerzo.
	<i>Participación</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Poder. - Información. - Conocimientos y habilidades. - Recompensas.
	<i>Identificación</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación con la institución. - Trabajan para lograr objetivos. - Trabajan para lograr la misión. - Sienten que su trabajo es importante. - Asumen desafíos laborales con entusiasmo. - Preocupación por la calidad de los servicios. - Aportan ideas creativas.
	<i>Pertenencia</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajador a gusto en la institución. - Desarrollo de la labor con alegría. - Se siente partícipe y comprometido. - El personal siente la institución como suya.

Fuente: Adaptado de (Aldana, 2013).

Variable Dependiente	Dimensiones	Indicadores
ATENCIÓN AL CIUDADANO	<i>Entorno</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Aparcamiento. - Edificación. - Accesos. - Sala de acogida. - Mobiliario. - Condiciones físicas de las que depende el confort.
	<i>Gestión</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Canales de comunicación. - Sistemas de información. - Gestión de reclamaciones. - Procedimientos y protocolos.
	<i>Empleados</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Confianza y credibilidad. - Buena primera impresión. - Imagen adecuada. - Buen trato. - Buen uso del lenguaje. - Modelo de comportamiento.

Fuente: Adaptado de (Sánchez P. , 2015).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

La presente investigación es de tipo aplicada porque busca conocimientos con fines de aplicarlo inmediatamente a la realidad para modificarlo, es decir, presenta solución a problemas prácticos (Díaz, Escalona, Castro, León, & Ramírez, 2013).

El nivel de investigación es explicativo. Porque “parten de descripciones suficientemente exhaustivas de una cierta realidad bajo estudio y de la necesidad de conocer porqué ciertos hechos de esa realidad ocurren del modo escrito” (INEGI, 2005, pág. 23). Además, “Su fin primordial es determinar las causas de los fenómenos, para lo cual integran las diversas teorías que permiten explicar e interpretar los hechos” (INEGI, 2005, pág. 23).

La investigación es de diseño no experimental. Las investigaciones de diseño no experimental se definen como las investigaciones que se realizan sin manipular deliberadamente a las variables de estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

La tesis es de enfoque mixta. “En esta clasificación podemos agrupar aquellas tesis en las que, tomando en cuenta el tema a investigar y el objeto de estudio, el investigador utiliza dos enfoques: el cuantitativo y el cualitativo” (Muñoz, 2011, pág. 22).

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población está representada por 58 trabajadores y 1260 usuarios de la Municipalidad Distrital de Carquín.

3.2.2 Muestra

Para definir el tamaño de la muestra se aplica la fórmula para poblaciones finitas de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{\varepsilon^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n = Muestra q.

p y q = Probabilidad de la población de estar o no incluidas en la muestra., con un valor de 0.5 cada uno.

Z = Probabilidad de error= 0.05, lo que equivale a un intervalo de confianza del 95 % en la estimación de la muestra, por tanto, el valor Z = 1.96

N = Población.

E = Error estándar de la estimación. En este caso se ha tomado 0.05

Reemplazando para trabajadores:

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 58}{0.0025(58 - 1) + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 50.70$$

Reemplazando para usuarios:

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 1260}{0.0025(1260 - 1) + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 294.58$$

La muestra está representada por 51 trabajadores y 295 usuarios de la Municipalidad Distrital de Carquín.

3.3 Técnicas de recolección de datos

La técnica utilizada fue la encuesta. Los instrumentos utilizados fueron dos cuestionarios. El primer cuestionario ayudó a medir la variable “Compromiso organizacional”, el cual fue respondido por los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Carquín. El segundo cuestionario ayudó a medir la variable “Atención al usuario”, el cual fue respondido por los usuarios de la Municipalidad Distrital de Carquín.

Validación de los cuestionarios

Se utilizó el Test KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) para la validación del instrumento, en la cual utiliza la proporción de la variancia de los datos donde cuanto más próximo de 1 (unidad) mejor es el resultado, indicando que estadísticamente ambos instrumentos para aplicarlo son válidos.

<i>KMO y prueba de Bartlett del cuestionario del compromiso organizacional</i>		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,782
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1322,886
	gl	190
	Sig.	,000

<i>KMO y prueba de Bartlett del cuestionario de atención al usuario</i>		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,838
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1285,476
	gl	171
	Sig.	,000

Confiabilidad de los cuestionarios

Para la confiabilidad del instrumento se utilizó el estadístico de confiabilidad fue Alpha de Cronbach, el cual tuvo un valor de 0.980 correspondiente al cuestionario

de compromiso organizacional y para el cuestionario de atención al usuario se obtuvo 0,985 lo cual dentro del análisis de confiabilidad se consideran confiables.

<i>Estadísticos de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,980	20

<i>Estadísticos de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,985	19

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Para el procesamiento de la información se utilizó el análisis de la técnica estadística descriptiva de distribución de frecuencias.

Se empleó la prueba de normalidad de Kolmogorov – Smirnov. Para el estadístico de prueba se utilizó el Rho de Spearman.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

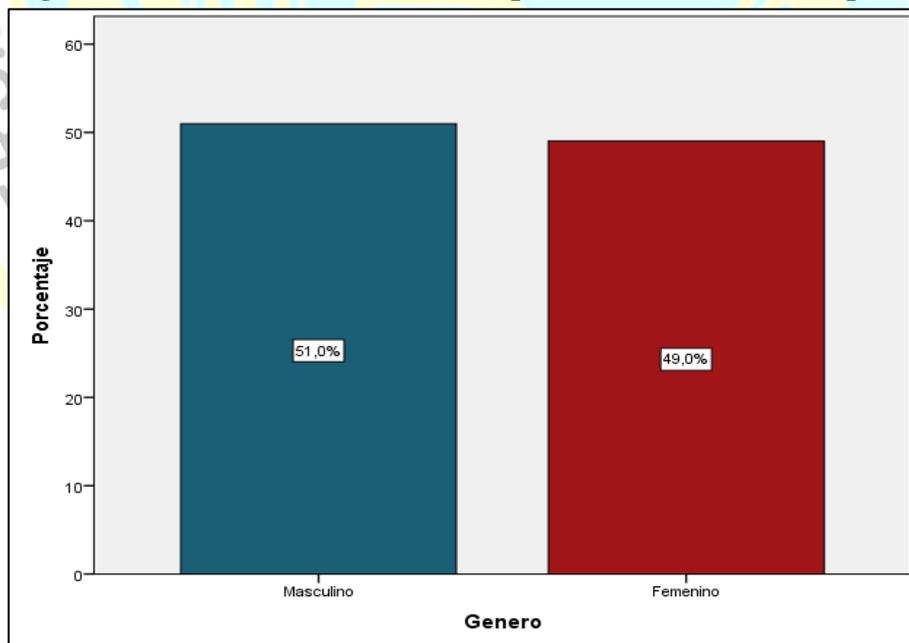
A. Datos generales de los trabajadores

Tabla 1
Género de los de la Municipalidad Distrital de Carquín

	F.	%
Masculino	26	51,0
Válidos Femenino	25	49,0
Total	51	100,0

Nota: Elaboración propia.

Figura 1. Género de los de la Municipalidad Distrital de Carquín.



Nota: Elaboración propia.

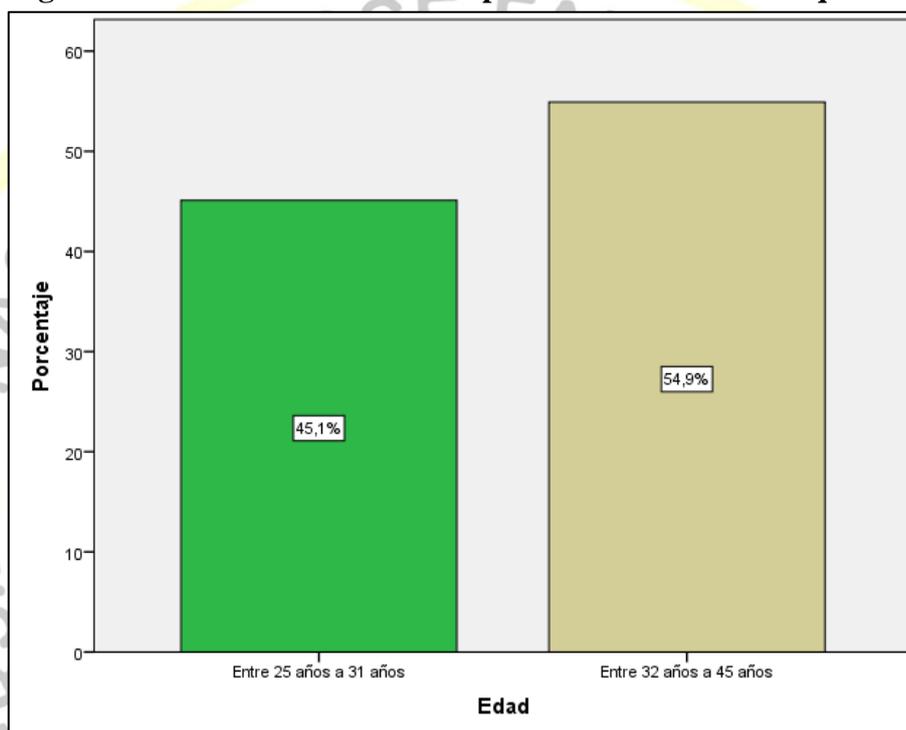
Se observa en la Tabla 1 que el 51% de los trabajadores son del género masculino y el 49% corresponden al género femenino.

Tabla 2
Edad de los de la Municipalidad Distrital de Carquín

	F	%
Entre 25 años a 31 años	23	45,1
Válidos Entre 32 años a 45 años	28	54,9
Total	51	100,0

Nota: Elaboración propia.

Figura 2. Edad de los de la Municipalidad Distrital de Carquín.



Nota: Elaboración propia.

Se observa en la Tabla 2 que el 45,1% de los trabajadores tienen entre 25 años a 31 años, en el caso del 54,9% tienen entre 32 años a 45 años.

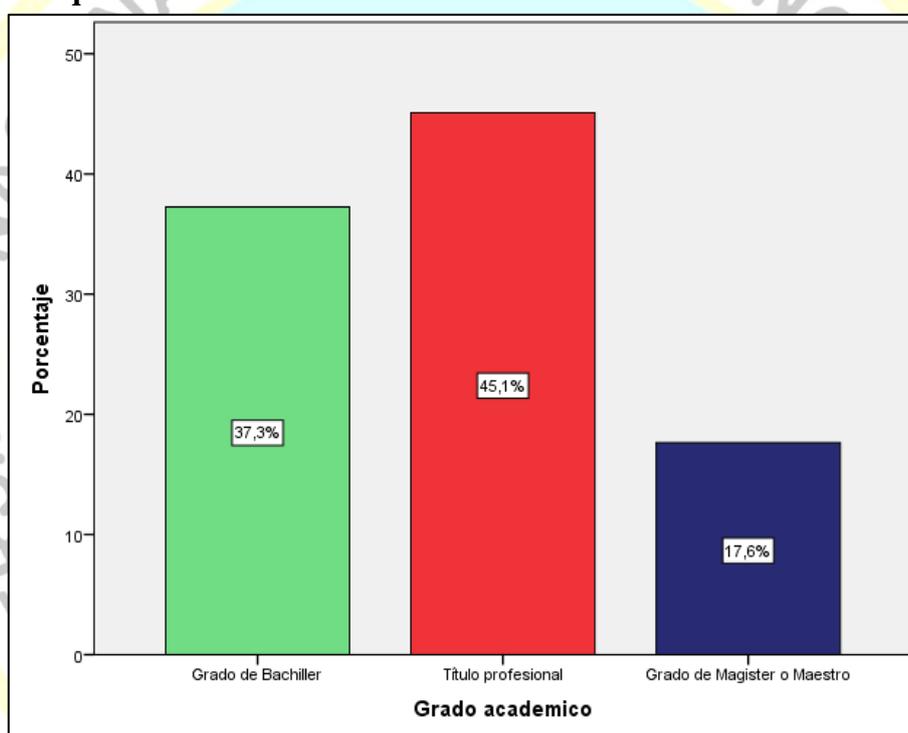
Tabla 3

Grado académico de los de la Municipalidad Distrital de Carquín

	F	%
Válidos		
Grado de Bachiller	19	37,3
Título profesional	23	45,1
Grado de Magister o Maestro	9	17,6
Total	51	100,0

Nota: Elaboración propia.

Figura 3. Grado académico de los de la Municipalidad Distrital de Carquín.



Nota: Elaboración propia.

Se observa en la Tabla 3 que el 37,3% de los encuestados manifestaron que tienen grado de bachiller, en el caso del 45,1% mencionaron tener título profesional y el 17,6% tienen grado de magister o maestro.

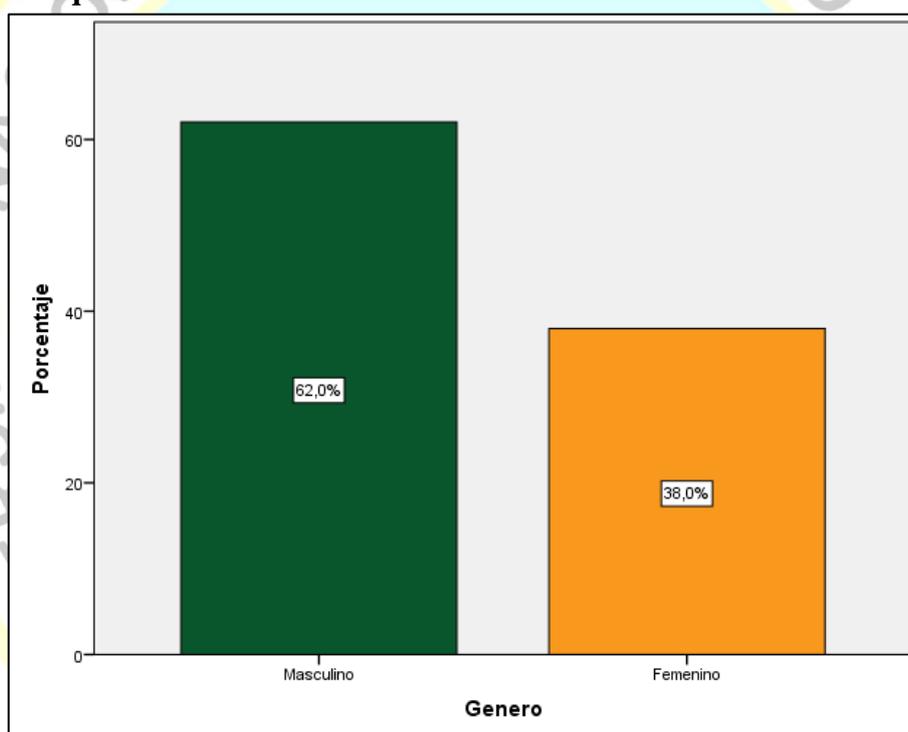
B. Datos generales de los usuarios

Tabla 4
Género de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Carquín

	F	%
Válidos		
Masculino	183	62,0
Femenino	112	38,0
Total	295	100,0

Nota: Elaboración propia.

Figura 4. Género de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Carquín.



Nota: Elaboración propia.

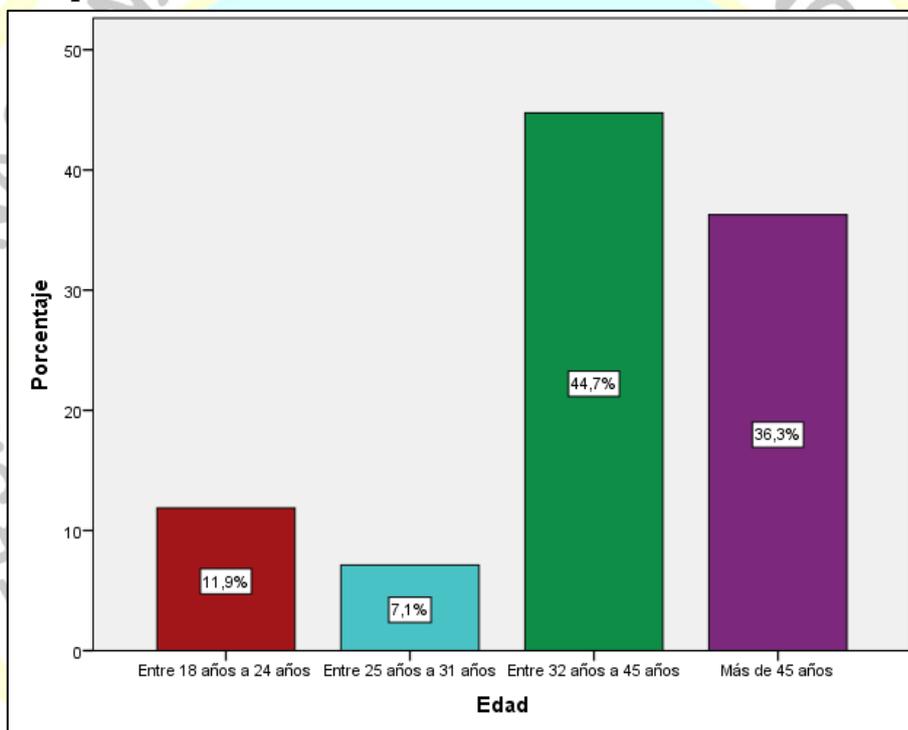
Se observa en la Tabla 4 que el 62% de los usuarios son del género masculino y el 38% son del género femenino

Tabla 5
Edad de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Carquín

	F	%
Entre 18 años a 24 años	35	11,9
Entre 25 años a 31 años	21	7,1
Válidos Entre 32 años a 45 años	132	44,7
Más de 45 años	107	36,3
Total	295	100,0

Nota: Elaboración propia.

Figura 5. Edad de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Carquín.



Nota: Elaboración propia.

Se observa en la Tabla 5 que el 11,9% tienen entre 18 años a 24 años, el 7,1% mencionaron tener entre 25 años a 31 años, en el caso del 44,7% tienen entre 32 años a 45 años y el 36,3% tiene más de 45 años.

C. Análisis descriptivo de la variable Compromiso organizacional

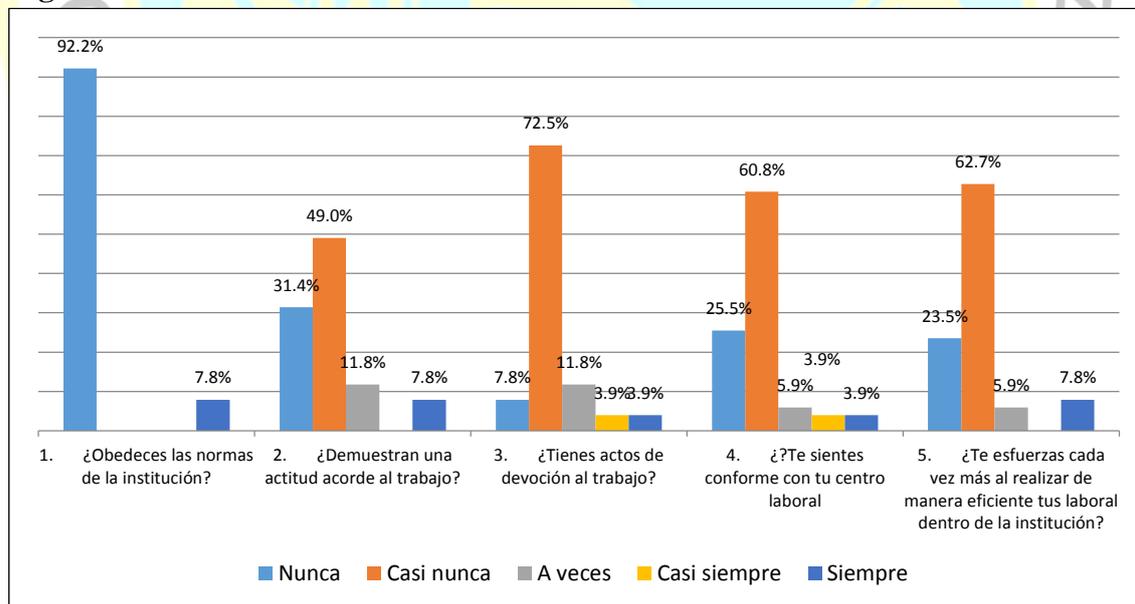
Escala de Likert utilizado en el cuestionario				
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Tabla 6
Lealtad

	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1. ¿Obedeces las normas de la institución?	47	92,2%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	4	7,8%
2. ¿Demuestran una actitud acorde al trabajo?	16	31,4%	25	49,0%	6	11,8%	0	0,0%	4	7,8%
3. ¿Tienes actos de devoción al trabajo?	4	7,8%	37	72,5%	6	11,8%	2	3,9%	2	3,9%
4. ¿Te sientes conforme con tu centro laboral?	13	25,5%	31	60,8%	3	5,9%	2	3,9%	2	3,9%
5. ¿Te esfuerzas cada vez más al realizar de manera eficiente tus labores dentro de la institución?	12	23,5%	32	62,7%	3	5,9%	0	0,0%	4	7,8%

Nota: Elaboración propia.

Figura 6. Lealtad.



Nota: Elaboración propia.

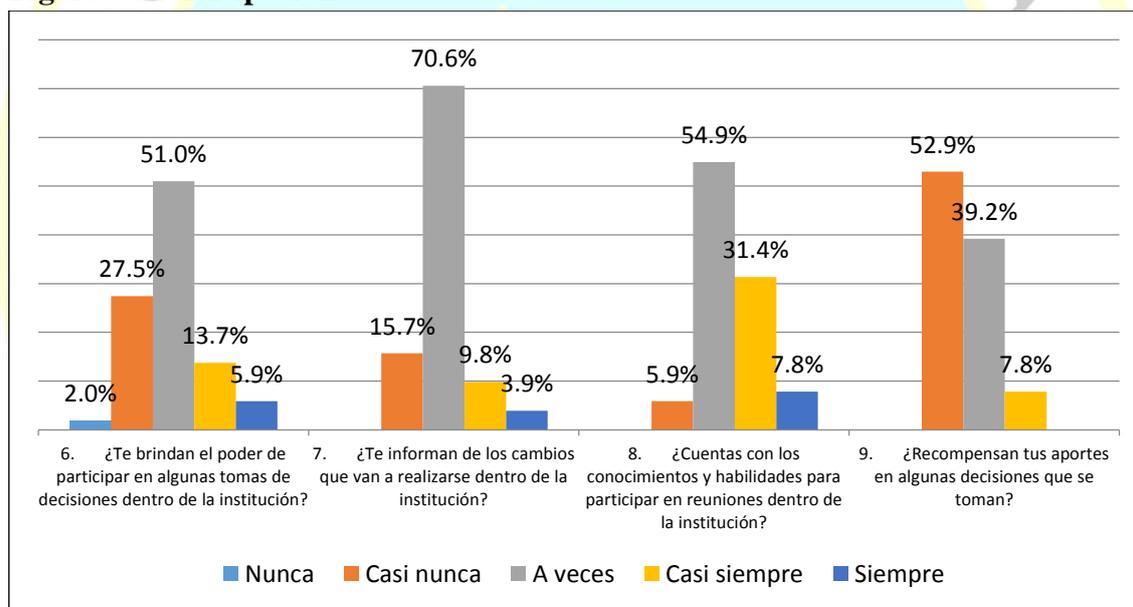
Se observa en la Tabla 6 que el 92,2% manifestó que no obedecen las normas de la institución, en el caso del 80,3% menciona que no tienen actos de devoción al trabajo y en el caso del 86,3% mencionó que no se sienten conforme con su centro laboral.

Tabla 7
Participación

	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	F	%	F	%	F
6. ¿Te brindan el poder de participar en alguna toma de decisiones dentro de la institución?	1	2,0%	14	27,5%	26	51,0%	7	13,7%	3	5,9%
7. ¿Te informan de los cambios que van a realizarse dentro de la institución?	0	0,0%	8	15,7%	36	70,6%	5	9,8%	2	3,9%
8. ¿Cuentas con los conocimientos y habilidades para participar en reuniones dentro de la institución?	0	0,0%	3	5,9%	28	54,9%	16	31,4%	4	7,8%
9. ¿Recompensan tus aportes en algunas decisiones que se toman?	0	0,0%	27	52,9%	20	39,2%	4	7,8%	0	0,0%

Nota: Elaboración propia.

Figura 7. Participación.



Nota: Elaboración propia.

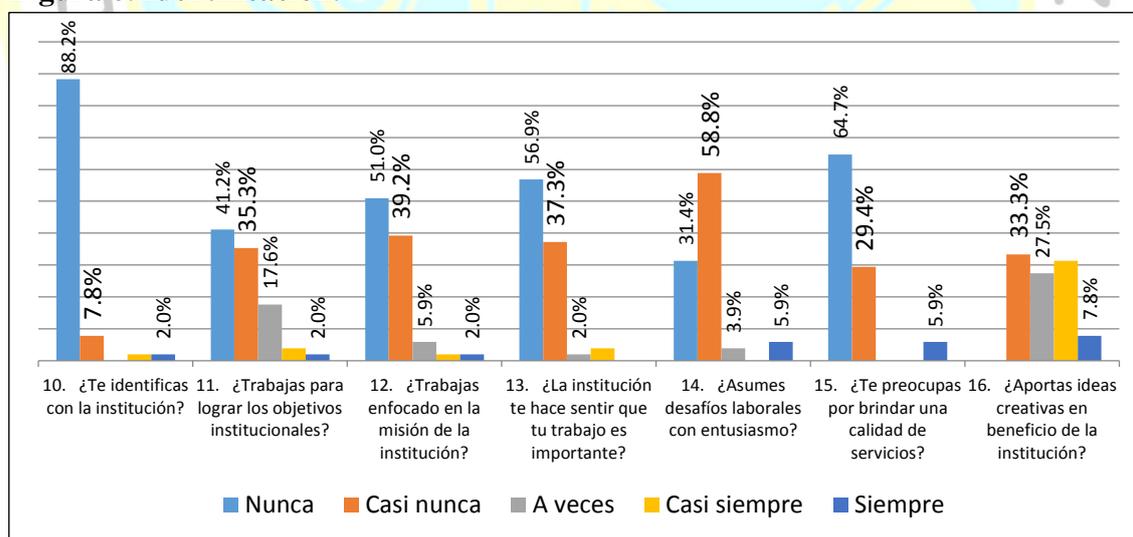
Se observa en la Tabla 7 que el 52,9% de los encuestados manifestaron que casi nunca recompensan sus aportes en algunas decisiones que se toman y el 29,5% mencionaron que no les brindan el poder de participar en alguna toma de decisiones dentro de la institución.

Tabla 8
Identificación

	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	F	%	F	%	F
10. ¿Te identificas con la institución?	45	88,2%	4	7,8%	0	0,0%	1	2,0%	1	2,0%
11. ¿Trabajas para lograr los objetivos institucionales?	21	41,2%	18	35,3%	9	17,6%	2	3,9%	1	2,0%
12. ¿Trabajas enfocado en la misión de la institución?	26	51,0%	20	39,2%	3	5,9%	1	2,0%	1	2,0%
13. ¿La institución te hace sentir que tu trabajo es importante?	29	56,9%	19	37,3%	1	2,0%	2	3,9%	0	0,0%
14. ¿Asumes desafíos laborales con entusiasmo?	16	31,4%	30	58,8%	2	3,9%	0	0,0%	3	5,9%
15. ¿Te preocupas por brindar una calidad de servicios?	33	64,7%	15	29,4%	0	0,0%	0	0,0%	3	5,9%
16. ¿Aportas ideas creativas en beneficio de la institución?	0	0,0%	17	33,3%	14	27,5%	16	31,4%	4	7,8%

Nota: Elaboración propia.

Figura 8. Identificación.



Nota: Elaboración propia.

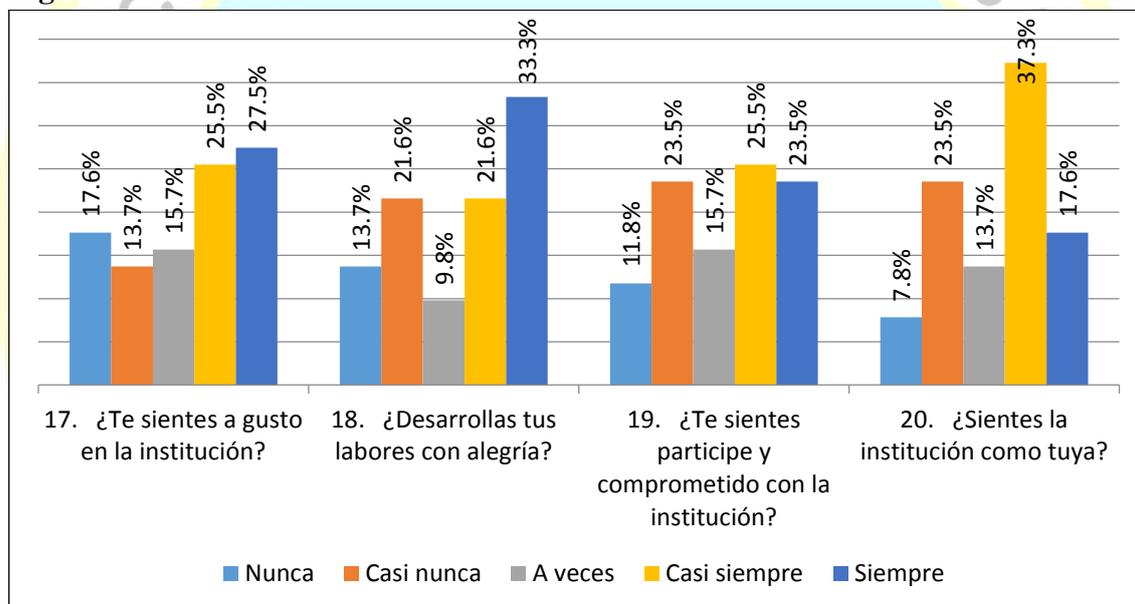
Se observó en la Tabla 8 que el 96% de los encuestados manifestaron que no se identifican con la institución, en el caso del 90,2% mencionaron que no trabajan enfocado en la misión de la institución y en el caso del 76,5% mencionaron que no trabajan para lograr los objetivos institucionales.

Tabla 9
Pertenencia

	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	F	%	F	%	F
17. ¿Te sientes a gusto en la institución?	9	17,6%	7	13,7%	8	15,7%	13	25,5%	14	27,5%
18. ¿Desarrollas tus labores con alegría?	7	13,7%	11	21,6%	5	9,8%	11	21,6%	17	33,3%
19. ¿Te sientes participe y comprometido con la institución?	6	11,8%	12	23,5%	8	15,7%	13	25,5%	12	23,5%
20. ¿Sientes la institución como tuya?	4	7,8%	12	23,5%	7	13,7%	19	37,3%	9	17,6%

Nota: Elaboración propia.

Figura 9. Pertenencia.



Nota: Elaboración propia.

Se observa en la Tabla 9 que el 35,3% mencionó que no desarrolla sus labores con alegría, asimismo no se sienten participe y comprometido con la institución y el 31,3% mencionó que no se sienten a gusto en la institución.

D. Análisis descriptivo de la variable Atención al usuario

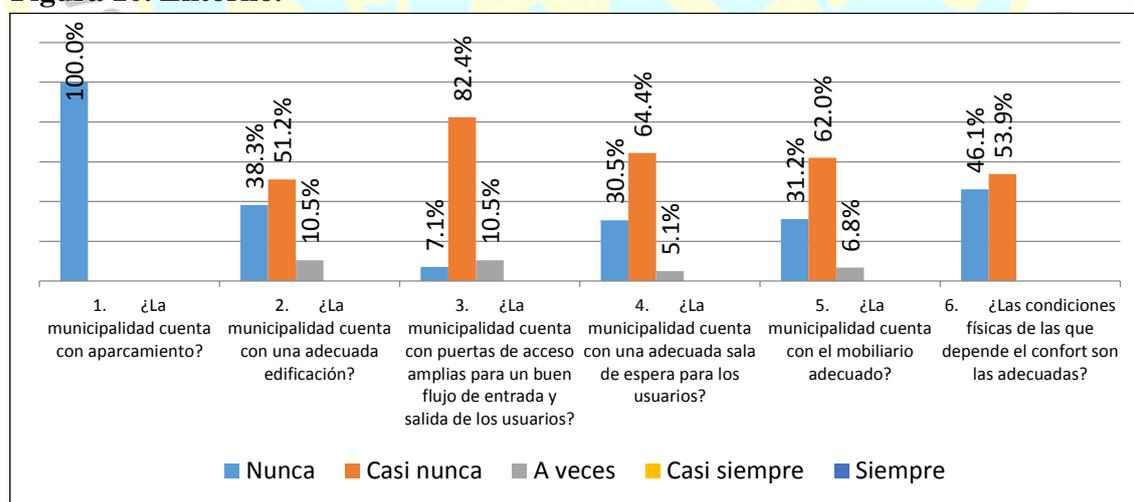
Escala de Likert utilizado en el cuestionario				
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Tabla 10
Entorno

	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	F	%	F	%	F
1. ¿La municipalidad cuenta con aparcamiento?	295	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
2. ¿La municipalidad cuenta con una adecuada edificación?	113	38,3%	151	51,2%	31	10,5%	0	0,0%	0	0,0%
3. ¿La municipalidad cuenta con puertas de acceso amplias para un buen flujo de entrada y salida de los usuarios?	21	7,1%	243	82,4%	31	10,5%	0	0,0%	0	0,0%
4. ¿La municipalidad cuenta con una adecuada sala de espera para los usuarios?	90	30,5%	190	64,4%	15	5,1%	0	0,0%	0	0,0%
5. ¿La municipalidad cuenta con el mobiliario adecuado?	92	31,2%	183	62,0%	20	6,8%	0	0,0%	0	0,0%
6. ¿Las condiciones físicas de las que depende el confort son las adecuadas?	136	46,1%	159	53,9%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Nota: Elaboración propia.

Figura 10. Entorno.



Nota: Elaboración propia.

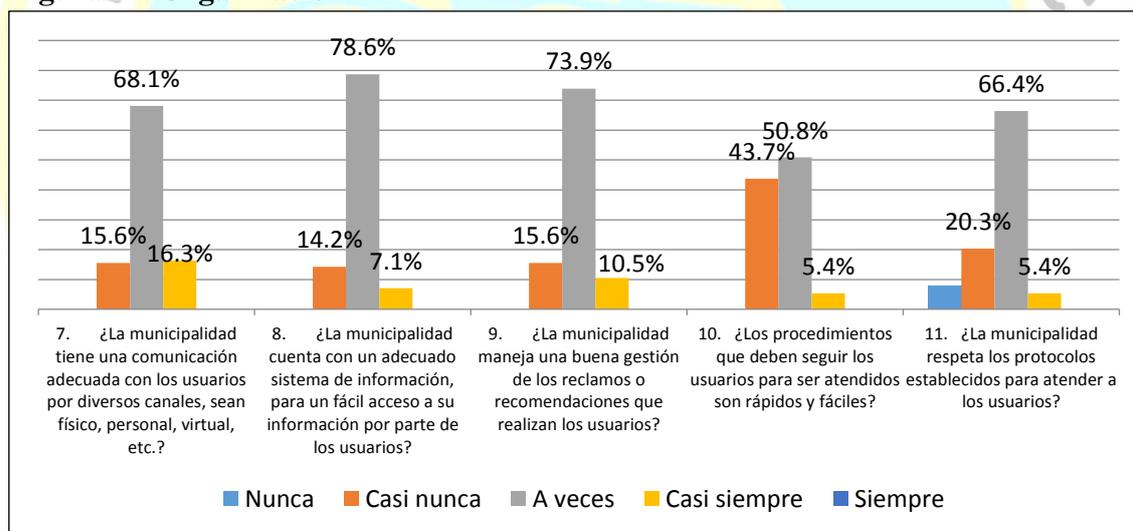
Se observa en la Tabla 10 que el 100% de los usuarios mencionaron que la municipalidad no cuenta con aparcamiento, en el caso del 89,5% mencionaron que la municipalidad no cuenta con una adecuada edificación y en el caso del 93,2% mencionaron que la municipalidad no cuenta con el mobiliario adecuado.

Tabla 11
Organización

	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	F	%	F	%	F
7. ¿La municipalidad tiene una comunicación adecuada con los usuarios por diversos canales, sean físico, personal, virtual, etc.?	0	0,0%	46	15,6%	201	68,1%	48	16,3%	0	0,0%
8. ¿La municipalidad cuenta con un adecuado sistema de información, para un fácil acceso a su información por parte de los usuarios?	0	0,0%	42	14,2%	232	78,6%	21	7,1%	0	0,0%
9. ¿La municipalidad maneja una buena gestión de los reclamos o recomendaciones que realizan los usuarios?	0	0,0%	46	15,6%	218	73,9%	31	10,5%	0	0,0%
10. ¿Los procedimientos que deben seguir los usuarios para ser atendidos son rápidos y fáciles?	0	0,0%	129	43,7%	150	50,8%	16	5,4%	0	0,0%
11. ¿La municipalidad respeta los protocolos establecidos para atender a los usuarios?	23	7,8%	60	20,3%	196	66,4%	16	5,4%	0	0,0%

Nota: Elaboración propia.

Figura 11. Organización.



Nota: Elaboración propia.

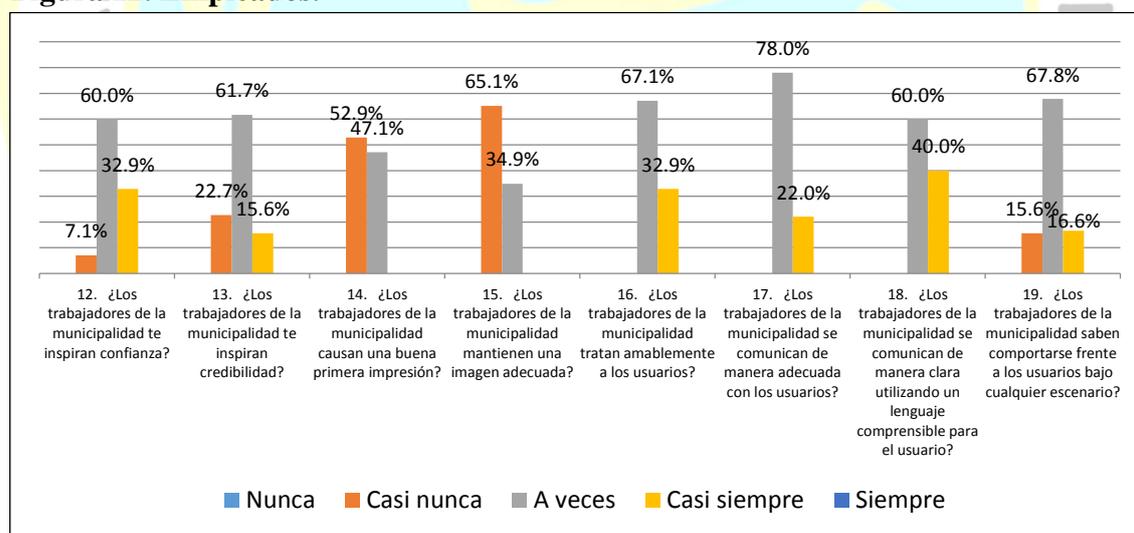
Se observa en la Tabla 11 que el 43,7% mencionó que los procedimientos que deben seguir los usuarios para ser atendidos no son rápidos y fáciles y el 28,1% mencionó que la municipalidad no respeta los protocolos establecidos para atender a los usuarios.

Tabla 12
Empleados

	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	F	%	F	%	F
12. ¿Los trabajadores de la municipalidad te inspiran confianza?	0	0,0%	21	7,1%	177	60,0%	97	32,9%	0	0,0%
13. ¿Los trabajadores de la municipalidad te inspiran credibilidad?	0	0,0%	67	22,7%	182	61,7%	46	15,6%	0	0,0%
14. ¿Los trabajadores de la municipalidad causan una buena primera impresión?	0	0,0%	156	52,9%	139	47,1%	0	0,0%	0	0,0%
15. ¿Los trabajadores de la municipalidad mantienen una imagen adecuada?	0	0,0%	192	65,1%	103	34,9%	0	0,0%	0	0,0%
16. ¿Los trabajadores de la municipalidad tratan amablemente a los usuarios?	0	0,0%	0	0,0%	198	67,1%	97	32,9%	0	0,0%
17. ¿Los trabajadores de la municipalidad se comunican de manera adecuada con los usuarios?	0	0,0%	0	0,0%	230	78,0%	65	22,0%	0	0,0%
18. ¿Los trabajadores de la municipalidad se comunican de manera clara utilizando un lenguaje comprensible para el usuario?	0	0,0%	0	0,0%	177	60,0%	118	40,0%	0	0,0%
19. ¿Los trabajadores de la municipalidad saben comportarse frente a los usuarios bajo cualquier escenario?	0	0,0%	46	15,6%	200	67,8%	49	16,6%	0	0,0%

Nota: Elaboración propia.

Figura 12. Empleados.



Nota: Elaboración propia.

Se observa en la Tabla 12 que el 52,9% de los encuestados mencionaron que los trabajadores de la municipalidad casi nunca causan una buena primera impresión y en el caso del 52,9% determinaron que los trabajadores de la municipalidad no causan una buena primera impresión.

E. Prueba de normalidad

La prueba de normalidad utilizada en la presente investigación fue la de Shapiro - Wilk correspondiente a la variable de compromiso organizacional, como se muestra en la Tabla 13, pues se obtuvieron valores inferiores a 0.05. Por esta razón, la prueba de relación empleada es la de Rho Spearman.

Asimismo, se aplicó la prueba de normalidad para la variable de atención al usuario de Kolmogorov-Smirnov, como se muestra en la Tabla 14, pues se obtuvieron valores inferiores a 0.05. Por esta razón, la prueba de relación empleada es la de Rho Spearman.

Tabla 13
Pruebas de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	,897	51	,000
DIMENSIÓN: LEALTAD	,913	51	,001
DIMENSIÓN: PARTICIPACIÓN	,865	51	,000
DIMENSIÓN: IDENTIFICACIÓN	,711	51	,000
DIMENSIÓN: PERTENENCIA	,949	51	,028

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Nota: Elaboración propia.

Tabla 14
Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
ATENCIÓN AL CIUDADANO	,216	295	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Nota: Elaboración propia.

4.2 Contrastación de hipótesis

Hipótesis general

Ho: El compromiso organizacional no influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

Ha: El compromiso organizacional influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

Tabla 15
Correlación de Spearman entre el compromiso organizacional y la atención al ciudadano

		Compromiso organizacional	Atención al ciudadano
Rho de Spearman	Compromiso organizacional	Coeficiente de correlación	de
			1,000
		Sig. (bilateral)	,716**
		N	51
Atención al ciudadano	Atención al ciudadano	Coeficiente de correlación	de
			,716**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	51

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Elaboración propia.

Se observa en la Tabla 15 que con el estudio se determinó que existe una correlación positiva alta y muy significativa ($p = 0,00 < 0,05$; $r = 0,716$), por lo que se concluye que la participación influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

Hipótesis específica 1

Ho: La lealtad no influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

Ha: La lealtad influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

Tabla 16
Correlación de Spearman entre la lealtad y la atención al ciudadano

		Dimensión: lealtad	Atención al ciudadano	
Rho de Spearman	Dimensión: lealtad	Coefficiente de correlación	1,000	
		Sig. (bilateral)	,692**	
		N	51	
	Atención al ciudadano	Coefficiente de correlación	,692**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	51	295

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Elaboración propia.

Se observa en la Tabla 16 que con el estudio se determinó que existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p = 0,00 < 0,05$; $r = 0,692$), por lo que se concluye que la lealtad influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

Hipótesis específica 2

Ho: La participación no influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

Ha: La participación influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

Tabla 17
Correlación de Spearman entre la participación y la atención al ciudadano

		Dimensión: participación	Atención al ciudadano
Rho de Spearman	Dimensión: participación	Coefficiente de correlación	de 1,000
		Sig. (bilateral)	,527**
		N	.51
	Atención al ciudadano	Coefficiente de correlación	,527**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	,000
		51	295

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Elaboración propia.

Se observa en la Tabla 17 que con el estudio se determinó que existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p = 0,00 < 0,05$; $r = 0,527$), por lo que se concluye que la participación influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

Hipótesis específica 3

Ho: La participación no influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

Ha: La participación influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

Tabla 18
Correlación de Spearman entre la identificación y la atención al ciudadano

		Dimensión: identificación	Atención al ciudadano
Rho de Spearman	Dimensión: identificación	Coefficiente de correlación	de 1,000 ,474**
		Sig. (bilateral)	. ,000
		N	51 51
	Atención al ciudadano	Coefficiente de correlación	,474** 1,000
		Sig. (bilateral)	,000 .
		N	51 295

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Elaboración propia.

Se observa en la Tabla 18 que con el estudio se determinó que existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p = 0,00 < 0,05$; $r = 0,474$), por lo que se concluye que la identificación influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

Hipótesis específica 4

Ho: La participación no influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

Ha: La participación influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

Tabla 19
Correlación de Spearman entre la pertenencia y la atención al ciudadano

		Dimensión: pertenencia	Atención al ciudadano
Rho de Spearman	Dimensión: pertenencia	Coeficiente de correlación	de 1,000 ,450**
		Sig. (bilateral)	. ,001
		N	51 51
	Atención al ciudadano	Coeficiente de correlación	,450** 1,000
		Sig. (bilateral)	,001 .
		N	51 295

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Elaboración propia.

Se observa en la Tabla 19 que con el estudio se determinó que existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p = 0,001 < 0,05$; $r = 0,474$), por lo que se concluye que la identificación influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados

Respecto a la hipótesis general: El compromiso organizacional influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019; el grado de correlación entre las dos variables fue positiva alta y muy significativa, confirmando la relación mediante un coeficiente de correlación ($r = 0,716$) y con un valor de $p = 0.00 < 0,05$. Se relaciona con lo encontrado (Tello, 2018) en su investigación titulada “Relación del compromiso organizacional con la satisfacción laboral en el sector calzado de la Provincia de Tungurahua” donde concluyó en que no existe una relación lineal entre las variables compromiso organizacional y satisfacción laboral, ante esto en su recomendación manifiesta que se desarrolle prácticas saludables que mejoren el compromiso de los trabajadores en un marco más amplio del comportamiento, en donde también se tome en cuenta otros factores que puedan ser predictivos del compromiso. Asimismo, (Sánchez, 2015) en su investigación titulada “Factores que influyen en la percepción de la calidad de atención de los usuarios del Hospital Provincial Martín Loayza”, menciona que en cuanto a la evaluación cualitativa, podemos concluir que la mejor percepción general de la calidad de atención es el servicio de Consulta externa, seguida de emergencia y por último hospitalización.

Respecto a la hipótesis específica 1: La lealtad influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019; el grado de correlación entre las dos variables fue positiva moderada y muy significativa, confirmando la relación mediante un coeficiente de correlación ($r = 0,692$) y con un valor de $p = 0.00 < 0,05$. Se relaciona con lo encontrado (Loza, 2016) en su investigación titulada “Clima Laboral y su influencia en el Compromiso Organizacional del personal administrativo de Aymesa S.A”, en la que concluyó que

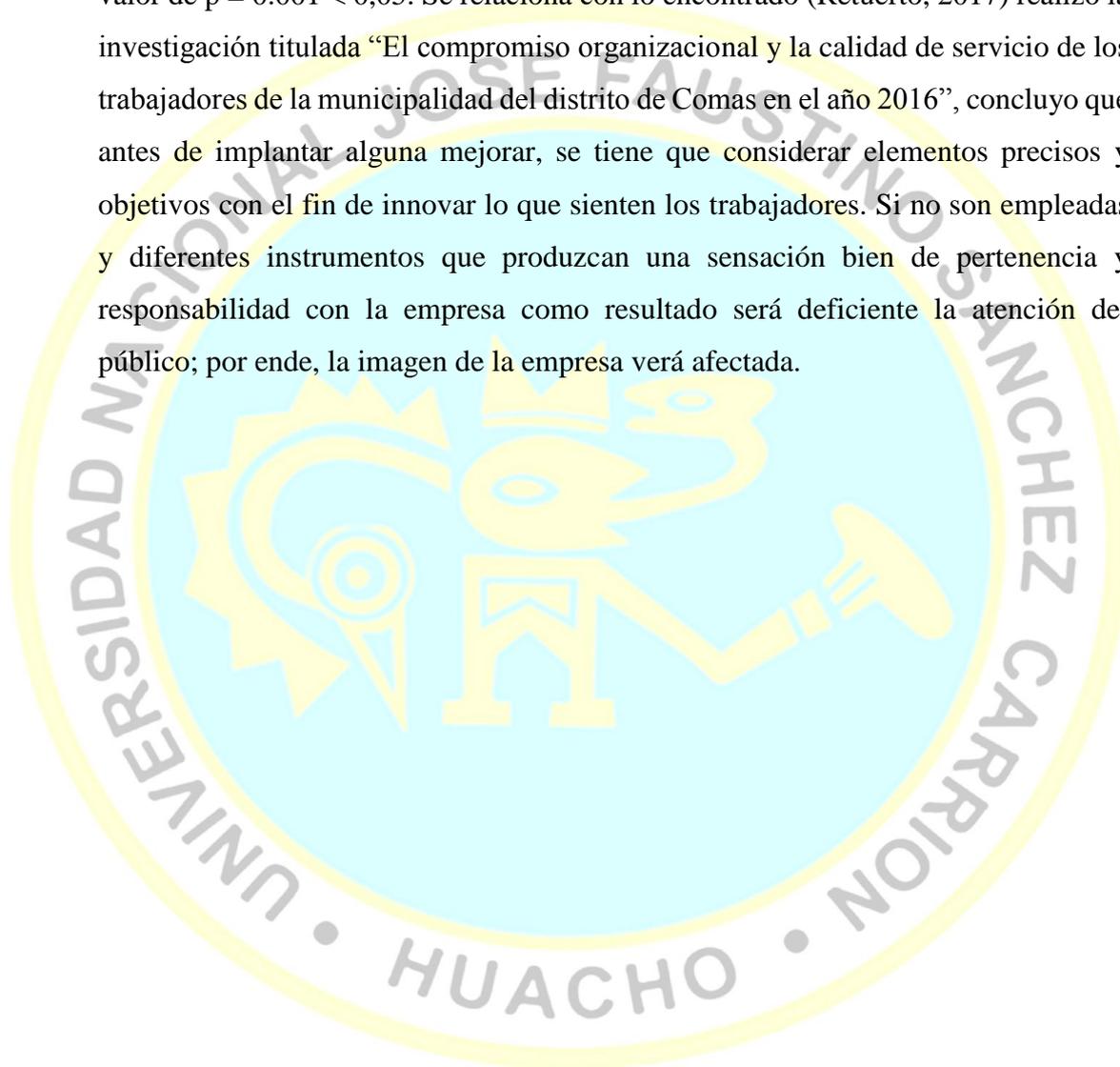
el personal administrativo de Aymesa S.A. están satisfechos con las cualidades del clima laboral, lo cual comprende: el personal percibe satisfacción por su trabajo y su puesto que desempeñan en el interior de la empresa, la capacitación brindada por los superiores es suficiente para que el personal desempeñe correctamente sus funciones, mejor dicho, hacen su labor sin necesidad de tener supervisión, perciben el apoyo de sus jefes, se les reconoce por su rendimiento integro y adecuado y hay oportunidad de manifestar ideas y recomendaciones.

Respecto a la hipótesis específica 2: La participación influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019; el grado de correlación entre las dos variables fue positiva moderada y muy significativa, confirmando la relación mediante un coeficiente de correlación ($r = 0,527$) y con un valor de $p = 0.00 < 0,05$. Se relaciona con lo encontrado (Chang, 2014) en su investigación titulada “Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos”, concluyó que la atención al cliente tiene faltas de elementos estratégicos que enfoquen el comportamiento, actitud y capacidades del personal, carecen de una buena infraestructura que se fuente de fortalecimientos de la calidad de los servicios ofrecidos; en el objeto de aumentar la satisfacción del usuario y se produzca un imagen positiva de la organización; generar condiciones; que inciden en la intervención del ciudadano respecto a sus derechos y obligaciones.

Respecto a la hipótesis específica 3: La identificación influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019; el grado de correlación entre las dos variables fue positiva moderada y muy significativa, confirmando la relación mediante un coeficiente de correlación ($r = 0,474$) y con un valor de $p = 0.00 < 0,05$. Se relaciona con lo encontrado (Tamayo, 2017) hizo la investigación titulada “Compromiso organizacional y conflictos laborales en la Municipalidad de Yanahuanca año 2016”, 2018”, en la que se concluyó que del total de trabajadores administrativos encuestados sobre compromiso organizacional, el 14% opinan que es bajo, 31.4% medio y 54.7% que es alto en la Municipalidad de Yanahuanca; igualmente que del total de trabajadores administrativos encuestados sobre conflictos laborales, el 47.7% opinan que tiene baja prevalencia, 40.7% mediana prevalencia y 11.6% que es alta prevalencia, por lo que en su recomendación menciona que es necesario aclarar la situación de cada

trabajador administrativo sincerando su situación en la institución; considerando que es necesario implementar mecanismos que permitan incentivos a la eficiencia.

Respecto a la hipótesis específica 4: La pertenencia influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019; el grado de correlación entre las dos variables fue positiva moderada y muy significativa, confirmando la relación mediante un coeficiente de correlación ($r = 0,450$) y con un valor de $p = 0.001 < 0,05$. Se relaciona con lo encontrado (Retuerto, 2017) realizó la investigación titulada “El compromiso organizacional y la calidad de servicio de los trabajadores de la municipalidad del distrito de Comas en el año 2016”, concluyó que antes de implantar alguna mejorar, se tiene que considerar elementos precisos y objetivos con el fin de innovar lo que sienten los trabajadores. Si son empleadas y diferentes instrumentos que produzcan una sensación bien de pertenencia y responsabilidad con la empresa como resultado será deficiente la atención del público; por ende, la imagen de la empresa verá afectada.



CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p = 0,00 < 0,05$; $r = 0,692$), por lo que se concluye que la lealtad influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019. Es decir que a medida que el personal se esfuerce cada vez más al realizar de manera eficiente sus funciones dentro de la institución, mejorara su comunicación usando palabras entendibles para el usuario.

Existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p = 0,00 < 0,05$; $r = 0,527$), por lo que se concluye que la participación influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019. Es decir que a medida que la municipalidad informe los cambios que van a realizarse dentro de la institución a su personal, mejorara la comunicación del personal hacia los usuarios por diferentes conductos, tangibles o intangibles, entre otros.

Existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p = 0,00 < 0,05$; $r = 0,474$), por lo que se concluye que la identificación influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019. Es decir que a medida que el personal trabaje en función a lograr los objetivos institucionales se mejorara el sistema de información para su fácil acceso por parte del usuario.

Existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p = 0,001 < 0,05$; $r = 0,450$), por lo que se concluye que la pertenencia influye significativamente en la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín, 2019. Es decir que a medida que el personal se sienta participe y comprometido con la institución, mejorara la imagen que proyecta ante los usuarios

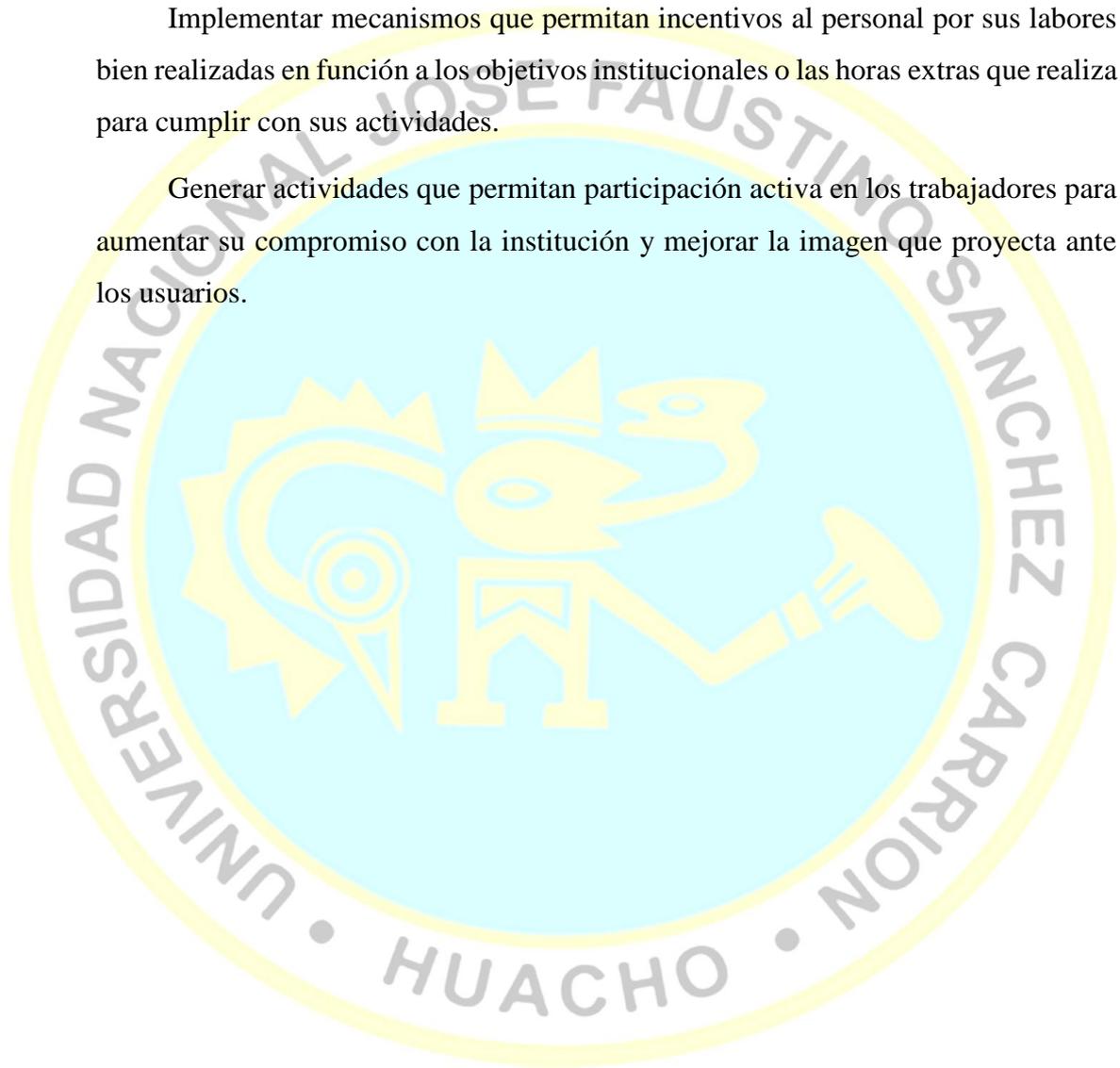
6.2 Recomendaciones

Implementar un ambiente positivo y con elementos necesarios para que el personal desempeñe sus labores y se esfuerce cada vez más dentro de la institución.

Fortalecer los canales de comunicación que se maneja entre la institución y su personal para que llegue a tiempo la información de los cambios que van a realizarse dentro de la institución.

Implementar mecanismos que permitan incentivos al personal por sus labores bien realizadas en función a los objetivos institucionales o las horas extras que realiza para cumplir con sus actividades.

Generar actividades que permitan participación activa en los trabajadores para aumentar su compromiso con la institución y mejorar la imagen que proyecta ante los usuarios.



REFERENCIAS

7.1 Fuentes bibliográfica

- Alles, M. (2015). *Cuestiones sobre gestión de personas*. Argentina: Granica.
- Díaz, F., Escalona, M., Castro, D., León, A., & Ramírez, M. (2013). *Metodología de la investigación*. México D.F., México: Trillas.
- Fernández, D., & Fernández, E. (2015). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Madrid, España: Paraninfo.
- Griffin, R. (2011). *Administración* (10 ed.). México : Cengage Learning .
- Hellriegel, D., Jackson, S., & Solum, J. (2005). *Administración. Un enfoque basado en enfoque en competencias*. (10 ed.). México D.F., México : Thomson.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). México D.F., México: Mc Graw Hill.
- INEGI. (2005). *Metodología de la investigación*. México: INEGI.
- Muñoz, C. (2011). *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis* (2 ed.). México: Pearson.
- Newstrom, N. (2007). *Comportamiento humano en el trabajo* (12 ed.). México D.F., México: Mc Graw Hill.
- Palomo, M. (2014). *Atención al cliente*. Madrid, España: Paraninfo.
- Pérez, H., Pérez, J., López, L., & Caballero, C. (2015). *Comunicación y atención al cliente*. Madrid, España: Mc Graw Hill.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2010). *Administración* (10 ed.). México: Pearson.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2014). *Administración* (12 ed.). México.
- Robbins, S., & Judge, T. (2013). *Comportamiento organizacional* (14 ed.). México: Pearson.
- Robbins, S., & Judge, T. (2017). *Comportamiento organizacional* (17 ed.). México.
- Sánchez, P. (2015). *Comunicación y atención al cliente*. España: Edítex.
- Schermerhorn, J. (2010). *Administración* (2 ed.). México: Limusa Wiley.

Uribe , J. (2015). *Clima y ambiente organizacional. Trabajo, salud y factores psicosociales*. México : El Manual Moderno .

Villa, P. (2014). *Manual de atención a clientes y usuarios*. Barcelona, España: Profit.

7.2 Fuentes electrónicas

Loza, S. (2016). *Clima Laboral y su influencia en el Compromiso Organizacional del personal administrativo de AYMESA S.A.* Tesis de grado, Universidad Central del Ecuador. Recuperado el 15 de mayo de 2019, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/7336/1/T-UCE-0007-410i.pdf>

Aldana, J. (2013). *Compromiso Laboral de los Trabajadores del Área Central de una Institución Bancaria que opera en la ciudad de Guatemala*. Tesis, Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado el 15 de octubre de 2017, de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/43/Aldana-Jenni>

Cachique, A. (2018). *Gestión del talento humano y atención al usuario de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de San Martín, 2018*. Tesis de maestría, Universidad César Vallejo. Recuperado el 16 de mayo de 2019, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/30239/Cachique%20_PAA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chang, J. (2014). *Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos*. Tesis de grado, Universidad Rafael Landívar. Recuperado el 16 de mayo de 2019, de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Chang-Juan.pdf>

Retuerto, A. (2017). *El compromiso organizacional y la calidad de servicio de los trabajadores de la municipalidad del distrito de Comas en el año 2016*. Tesis de maestría, Universidad César Vallejo. Recuperado el 15 de mayo de 2019, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6927/Retuerto_FAP.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sánchez, E. (2015). *Factores que influyen en la percepción de la calidad de atención de los usuarios del Hospital Provincial Martín Loayza*. tesis de maestría,

Universidad Técnica de Babahoyo, Babahoyo, Ecuador. Recuperado el 15 de mayo de 2019, de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/1718/1/T-UTB-CEPOS-MGSS-000024.pdf>

Santiago, G. (2017). *Gestión administrativa y atención al usuario en los administrados de las Subgerencias de la Municipalidad Metropolitana de Lima, 2017*. Tesis de grado, Universidad César Vallejo. Recuperado el 16 de mayo de 2019, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/23084/Santiago_VGT.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tamayo, E. (2017). *Compromiso organizacional y conflictos laborales en la Municipalidad de Yanahuanca año 2016*. Tesis de maestría, Universidad César Vallejo. Recuperado el 14 de mayo de 2019, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13252/Tamayo_REN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tello, L. (2018). *Relación del Compromiso Organizacional con la Satisfacción Laboral en el sector calzado de la Provincia de Tungurahua*. Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato. Recuperado el 15 de mayo de 2019, de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/28319/1/43%20GTH.pdf>

ANEXOS

CUESTIONARIO SOBRE COMPROMISO ORGANIZACIONAL

El presente cuestionario tiene como propósito fundamental reunir información sobre el compromiso organizacional en la Municipalidad Distrital de Carquín. El cuestionario es anónimo y la información será utilizada únicamente para fines académicos y se garantiza estricta confidencialidad.

I. Por favor marque con una equis (X) en el espacio correspondiente:

a. Género

Masculino	<input type="checkbox"/>
Femenino	<input type="checkbox"/>

b. Edad

Entre 18 años a 24 años	<input type="checkbox"/>
Entre 25 años a 31 años	<input type="checkbox"/>
Entre 32 años a 45 años	<input type="checkbox"/>
Más de 45 años	<input type="checkbox"/>

c. ¿Cuál es el grado académico o título profesional más alto alcanzado?

Grado de Bachiller	<input type="checkbox"/>
Título profesional	<input type="checkbox"/>
Grado de Magister o Maestro	<input type="checkbox"/>
Grado de Doctor	<input type="checkbox"/>
Otros:	<input type="checkbox"/>

II. Instrucciones

En el siguiente cuadro marcar con una equis “X” según corresponda teniendo en cuenta la escala de calificación que aparece en la parte superior derecha del cuadro.

ITEM	Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
COMPROMISO ORGANIZACIONAL					
DIMENSIÓN: LEALTAD					
1. ¿Obedeces las normas de la institución?					
2. ¿Demuestran una actitud acorde al trabajo?					
3. ¿Tienes actos de devoción al trabajo?					
4. ¿Te sientes conforme con tu centro laboral?					
5. ¿Te esfuerzas cada vez más al realizar de manera eficiente tus labores dentro de la institución?					
DIMENSIÓN: PARTICIPACIÓN					
6. ¿Te brindan el poder de participar en algunas tomas de decisiones dentro de la institución?					
7. ¿Te informan de los cambios que van a realizarse dentro de la institución?					
8. ¿Cuentas con los conocimientos y habilidades para participar en reuniones dentro de la institución?					
9. ¿Recompensan tus aportes en algunas decisiones que se toman?					
DIMENSIÓN: IDENTIFICACIÓN					
10. ¿Te identificas con la institución?					
11. ¿Trabajas para lograr los objetivos institucionales?					
12. ¿Trabajas enfocado en la misión de la institución?					
13. ¿La institución te hace sentir que tu trabajo es importante?					
14. ¿Asumes desafíos laborales con entusiasmo?					
15. ¿Te preocupas por brindar una calidad de servicios?					
16. ¿Aportas ideas creativas en beneficio de la institución?					
DIMENSIÓN: PERTENENCIA					
17. ¿Te sientes a gusto en la institución?					
18. ¿Desarrollas tus labores con alegría?					
19. ¿Te sientes participe y comprometido con la institución?					
20. ¿Sientes la institución como tuya?					

CUESTIONARIO SOBRE ATENCIÓN AL USUARIO

El presente cuestionario tiene como propósito fundamental reunir información sobre la atención al usuario en la Municipalidad Distrital de Carquín. El cuestionario es anónimo y la información será utilizada únicamente para fines académicos y se garantiza estricta confidencialidad.

I. Por favor marque con una equis (X) en el espacio correspondiente:

a. Género

Masculino	
Femenino	

b. Edad

Entre 18 años a 24 años	
Entre 25 años a 31 años	
Entre 32 años a 45 años	
Más de 45 años	

II. Instrucciones

En el siguiente cuadro marcar con una equis “X” según corresponda teniendo en cuenta la escala de calificación que aparece en la parte superior derecha del cuadro.

ITEM	Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
ATENCIÓN AL CIUDADANO					
DIMENSIÓN: ENTORNO					
1. ¿La municipalidad cuenta con aparcamiento?					
2. ¿La municipalidad cuenta con una adecuada edificación?					
3. ¿La municipalidad cuenta con puertas de acceso amplias para un buen flujo de entrada y salida de los usuarios?					

4. ¿La municipalidad cuenta con una adecuada sala de espera para los usuarios?					
5. ¿La municipalidad cuenta con el mobiliario adecuado?					
6. ¿Las condiciones físicas de las que depende el confort son las adecuadas?					
DIMENSIÓN: ORGANIZACIÓN					
7. ¿La municipalidad tiene una comunicación adecuada con los usuarios por diversos canales, sean físico, personal, virtual, etc.?					
8. ¿La municipalidad cuenta con un adecuado sistema de información, para un fácil acceso a su información por parte de los usuarios?					
9. ¿La municipalidad maneja una buena gestión de los reclamos o recomendaciones que realizan los usuarios?					
10. ¿Los procedimientos que deben seguir los usuarios para ser atendidos son rápidos y fáciles?					
11. ¿La municipalidad respeta los protocolos establecidos para atender a los usuarios?					
DIMENSIÓN: EMPLEADOS					
12. ¿Los trabajadores de la municipalidad te inspiran confianza?					
13. ¿Los trabajadores de la municipalidad te inspiran credibilidad?					
14. ¿Los trabajadores de la municipalidad causan una buena primera impresión?					
15. ¿Los trabajadores de la municipalidad mantienen una imagen adecuada?					
16. ¿Los trabajadores de la municipalidad tratan amablemente a los usuarios?					
17. ¿Los trabajadores de la municipalidad se comunican de manera adecuada con los usuarios?					
18. ¿Los trabajadores de la municipalidad se comunican de manera clara utilizando un lenguaje comprensible para el usuario?					
19. ¿Los trabajadores de la municipalidad saben comportarse frente a los usuarios bajo cualquier escenario?					

Dr. Luis Alberto Baldeos Ardian
ASESOR

Dr. Timoteo Solano Armas
PRESIDENTE

Dr. Santiago Ernesto Ramos y Yovera
SECRETARIO

Dr. Felix Gil Caro Soto
VOCAL

