



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA PROSEGUR

CASH PERÚ

PRESENTADA POR

FÁTIMA DEL CARMEN MENDOZA SUÁREZ

ASESORA

ANNA BERMEO TURCHI

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

LIMA – PERÚ

2019



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,
TURISMO Y PSICOLOGÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA
PROSEGUR CASH PERÚ**

**Trabajo de investigación para optar el Grado de Bachiller en
Ciencias de la Comunicación**

Presentado por:

FÁTIMA DEL CARMEN MENDOZA SUÁREZ

Asesor (a):

DRA. ANNA BERMEO TURCHI

LIMA, PERÚ

2019

**EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA
PROSEGUR CASH PERÚ**

ÍNDICE

iii

INTRODUCCIÓN	iv
CAPÍTULO I – PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
1.1. Formulación del problema	11
1.1.1. Formulación de problemas específicos	11
1.2. Objetivos de investigación	11
1.2.1. Objetivo general	11
1.2.2. Objetivos específicos	12
1.3. Justificación de la investigación	12
1.3.1. Importancia de la investigación	12
1.3.2. Viabilidad de la investigación	13
1.3.3. Limitaciones	13
CAPÍTULO II – MARCO TEÓRICO	14
2.1. Antecedentes de Investigación	14
2.2 Bases teóricas	17
2.2.1 Teoría de las Relaciones Públicas	17
2.2.2 Clima Organizacional	19
2.3. Definición de términos	25
CAPÍTULO III – HIPÓTESIS Y VARIABLES	28
3.1. Hipótesis general	28
3.2. Hipótesis específicas	28
3.3. Cuadro operacional	29
CAPÍTULO IV – METODOLOGÍA	30
4.1. Nivel metodológico	30
4.2. Diseño de la muestra	31
4.2.1. Población y muestra de estudio	32
4.3. Técnicas de recolección de datos	32
4.4. Aspectos éticos	33
CAPÍTULO V - RESULTADOS	34
5.1 Resultados	34
5.2 Contrastación de hipótesis y de variables	55
CAPÍTULO VI - DISCUSIÓN	59
6.1. Discusión de resultados	59
6.2. Conclusiones	60
6.3. Recomendaciones	62
FUENTES DE INFORMACIÓN	63
ANEXOS	67

INTRODUCCIÓN

En un mundo de organizaciones cambiantes, de nuevas tecnologías y de constante crecimiento, las empresas buscan constantemente elevarse. Esto es un acto natural y lógico, pues, como todo negocio, se busca siempre crecer. En este sentido, en los últimos años, también se ha incrementado la tendencia de empezar a crecer desde adentro, ¿a qué se refiere esto?, pues al simple hecho de que las organizaciones empiezan a preocuparse por su público interno y su bienestar.

La tendencia del estudio de las organizaciones abandonando la visión simplista de las personas, para intentar comprender al hombre complejo, da lugar a concepciones más integradas de la vida de las organizaciones. Se sale de la mirada clásica donde prima la consideración de los aspectos económicos del hombre para llegar a la visión social de las organizaciones; y por fin, a la perspectiva sistémica, holística, mucho más comprensiva de los fenómenos que ocurren en la organización (Marín, 1997, p. 25)

Tal como Marín lo detalla, se ha ido dejando de lado la visión básica del hombre y el concepto de que solo sirve para generar activos económicos. Ahora es el centro de cada negocio. Sin embargo, llegar a este punto es una tarea ardua, y se logra con actividades pensadas estratégicamente que consigan el bienestar de los colaboradores. Todo esto, se ve reflejado, dando una mirada al Clima Organizacional.

Es válido entonces cuestionarse: ¿Qué es Clima Organizacional? Pues, Litwin y Stringer (1968) definen esta variable como “una característica relativamente estable del ambiente interno de una organización, que es experimentada por sus miembros, que influye su comportamiento y puede ser explicado cuantificando las características de la organización.” (p.167)

Entonces, el Clima Organizacional, influirá en el actuar de los colaboradores, ya que interviene a diario, tanto en la estructura de las empresas, como en su cultura. Y poco a poco conllevará a influir también, en la manera en que los colaboradores se sientan respecto a la organización y a sus compañeros, siendo un reflejo de sus prácticas diarias. Un aspecto interesante del Clima Organizacional es que se sostiene en la premisa de que las personas dentro de una organización, son las que la construyen, y son a su vez la base de estas. Este concepto es el pilar para esta postulación, ya que centra toda la atención de las compañías en su colaborador.

Actualmente, es una tendencia en las organizaciones de rubros “soft” en el mercado, darles prioridad a sus trabajadores y preocuparse por su bienestar. Sin embargo, no todos los rubros aún incursionan en esas prácticas, y de ello mismo trata este trabajo.

Como es de conocimiento general, el rubro de seguridad, por su misma naturaleza, es conocido como un mundo duro y quizá cuadrículado, con reglas estrictas y constantes protocolos. No obstante, Prosegur Perú, de la mano de su equipo de Recursos Humanos, ha optado por precisamente marcar la diferencia humanizando su empresa, y dejando de lado esas creencias y comportamientos. Esta empresa ha cambiado sus objetivos, no solo entre áreas, sino corporativo, pues ahora presenta como principal ideal el de mostrar una genuina “pasión por las personas”.

Esta investigación es realizada porque pretende mostrar la gran importancia que conlleva el Clima Organizacional en una empresa, pues no solo consiste en generar un espacio amigable de trabajo, ayuda a conseguir los objetivos corporativos de la empresa y hasta la puede posicionar en un lugar deseable ante la competencia, ejemplo de esto es la encuesta de Clima y Cultura mundialmente conocida como “Great Place To Work”.

El diseño de muestra de este trabajo de investigación fue no probabilístico con una selección de carácter direccional, y está referida a 30 trabajadores de la empresa Prosegur Cash Perú, ubicada en Av. Morro Solar 1086 – Surco, que laboren por más de 6 meses en la Compañía y que pertenezcan a la Gerencia Corporativa de Gestión de Talento.

La información de esta investigación se elaboró en VI capítulos:

El Capítulo I, está compuesto por la descripción de la realidad problemática, donde se presenta el problema principal y los problemas específicos; así como el objetivo general de investigación y los específicos. Justificación del trabajo, donde se describe la relevancia de investigación, así como la viabilidad y limitaciones existentes de esta.

El Capítulo II, consta de los antecedentes de la investigación, los cuales fungirán como bases teóricas que permitirán mostrar y analizar el Clima Organizacional y todo lo que conlleve relación con las visiones teóricas de este tema. Aquí se incluye también la definición de términos aplicados en la investigación.

El Capítulo III, está constituido por la presencia de la suposición de resultados de la investigación, llamada hipótesis, que responde a los problemas de investigación, y por ende son específicos y general. De la misma manera, se halla aquí el cuadro de variables, resumiendo así los componentes primordiales de la investigación.

El Capítulo IV, está compuesto por el marco metodológico del trabajo, en el cual se ve descrito el diseño y el tipo escogido de investigación, así como la población y muestra de estudio. También se hallan los instrumentos aplicados y técnicas estadísticas utilizadas al momento de procesar los datos y buscar los resultados. Por último, se encuentran los aspectos éticos que se han tomado en cuenta en toda la investigación.

El Capítulo V, presenta la tabulación de los resultados, que se muestran gráficamente en tablas y cuya interpretación es elaborada por el investigador y presentada para que se puedan entender fácilmente los resultados.

El Capítulo VI, está compuesto por la discusión de los resultados, las conclusiones generales del trabajo de investigación, y las recomendaciones que se hacen a la empresa en base a los datos obtenidos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad, el mundo organizacional se enfrenta a una serie de cambios, que naturalmente los obliga a estar cada vez más a la vanguardia y preparados para asumir nuevos retos con el propósito de alcanzar sus objetivos. Por ello, la constante transformación de los enfoques y teorías de la comunicación organizacional, han conllevado a que la mentalidad y las actitudes de los colaboradores, también cambien.

De acuerdo a una encuesta sobre la importancia del Clima Organizacional, realizada a 340 colaboradores de empresas nacionales en 2018 por el famoso portal de empleo APTITUS, el 86% de trabajadores renunciaría a su trabajo por un mal clima organizacional. Por ello, fomentar las buenas prácticas en Clima Organizacional es vital para el correcto funcionamiento de toda empresa. (Web PERÚ21, 2018)

El lugar donde un colaborador ejerce sus funciones día a día, la relación que un jefe o supervisor tiene con su personal, la relación entre los stakeholders de la organización, incluso con los externos (proveedores o clientes), todo ello está conformado por lo que se denomina: Clima Organizacional.

El término clima organizacional se refiere de manera específica a las propiedades motivacionales del ambiente organizacional; es decir, a los aspectos de la organización que llevan a la estimulación o provocación de diferentes tipos de motivaciones en sus integrantes. Así, el clima organizacional es favorable cuando se satisface las necesidades personales de los integrantes y se eleva la moral. Y es desfavorable cuando frustra esas necesidades. (Chiavenato, 2009, p. 112)

El **Clima Organizacional** es importante para las empresas, ya que ayuda a medir el estado emocional y motivacional de los colaboradores, que es muy importante porque puede influir en el desempeño de estos en la organización, y a la larga, si es una respuesta negativa, generar una crisis que perjudique el correcto flujo de esta. Además, significa un indicador clave para entender las necesidades de los colaboradores, por ello, es importante no perder de vista al capital humano.

Noboa (2015), nos define gráficamente que es Clima Organizacional:

Llamamos clima organizacional a la percepción de los miembros de lo que ocurre en una organización. El clima organizacional al igual que la atmósfera, se respira, se siente, vienen a ser aquellas actitudes y conductas que forman la convivencia social en la organización. Se puede decir que se percibe por los sentidos: los habrá amigables y colaborativos o también perniciosos y destructivos, o siguiendo el símil meteorológico cálido y suave, polar o tormentoso. (p. 6)

Ya que el Clima Organizacional esta tan relacionado con el estado de ánimo de un colaborador, esto repercutirá instantáneamente en su satisfacción y, por ende, la productividad de la organización. Mientras más comprometidos e incentivados se encuentren los colaboradores tendrán un mayor nivel de satisfacción que se verá reflejado en su desempeño y por ende en porcentajes reales ante un balance corporativo.

El clima organizacional y la **satisfacción organizacional** son variables que se encuentran relacionadas entre sí, ambas tienen en común a los colaboradores y tienen como foco el bienestar que estos sientan en su ambiente de trabajo, ya que ello se puede ver reflejado en su desempeño. Este, definitivamente es un tema que conlleva la preocupación de la empresa, si desea alcanzar los objetivos y obtener una marcada buena percepción, tanto de sus colaboradores, como de los agentes externos a la organización.

De acuerdo con Alonso (2008):

El tema de la satisfacción organizacional es de gran interés porque nos indica la habilidad de la organización para satisfacer las necesidades de los trabajadores ya que existen investigaciones y hallazgos que demuestran que los trabajadores insatisfechos, presentan más faltas a su trabajo con frecuencia y suelen renunciar a la organización, mientras que los empleados satisfechos gozan de mejor salud y viven más años. (p.27)

TRABAJANDO.COM, portal de noticias empresariales, realizó una encuesta de satisfacción laboral, realizada a 2050 trabajadores, en el mes de mayo de 2016. Arrojando que el 76% de peruanos no es feliz con su trabajo. Realidad que muestra la poca importancia que las organizaciones brindan a sus colaboradores cuando de satisfacción se habla. (Web INFOCAPITALHUMANO, 2016)

En este claro ejemplo, podemos notar que aún en el mercado peruano, la preocupación por el colaborador interno, es baja. Este dato es preocupante, pues las 3 cuartas partes de peruanos que trabajan no son felices.

El **compromiso organizacional**, al ser un intangible, se ve reflejado en la proporción de estima y cariño que el colaborador presente en relación a la organización.

Robbins (2004), define el compromiso organizacional como:

El proceso participativo que aprovecha toda la capacidad de los empleados y que está destinado a fomentar el aumento en el compromiso con el éxito de la organización. La lógica es que comprometer a los trabajadores en las decisiones que los afectarán o incrementarán su autonomía y el control que tienen sobre su vida laboral los hace más motivados, más dedicados a la empresa, más productivos y más satisfechos con su trabajo. (p. 73)

El **desempeño organizacional** es comúnmente denominado como la eficiencia y eficacia de un colaborador y es medido en el grado en que se alcanza de acuerdo a los objetivos fijados. Es la capacidad que posee el colaborador para realizar sus funciones de manera exitosa, y se percibe a través de su rendimiento.

De acuerdo a ello, Chiavenato (2000) define el desempeño como:

las acciones y comportamientos del colaborador, con respecto a las metas propuestas al interior de la empresa, en un plazo establecido y que son importantes en el logro de los objetivos de la organización. Por lo que podemos definir desempeño organizacional como el rendimiento del trabajador respecto a sus responsabilidades. (p. 117).

Por todo lo previamente relatado, esta investigación se centra en el Clima Organizacional de la Gerencia Corporativa de Gestión de Talento de la empresa Prosegur Perú, en su unidad de negocio Prosegur Cash.

Prosegur es una empresa de servicios globales de seguridad fundada en 1976 en Madrid, España. La empresa cuenta con tres unidades de negocio: Prosegur Cash, Prosegur Security y Prosegur Alarmas; llega a Perú en 1981.

Su filosofía corporativa consta de:

Misión: Nuestra Misión o razón de ser (para qué trabajamos cada día), es generar valor para nuestros clientes, la sociedad y accionistas, ofreciendo soluciones de seguridad integrales y especializadas, incorporando la tecnología más avanzada y contando con el talento de los mejores profesionales.

Visión: Nuestra Visión o nuestro sueño (la meta que queremos conseguir en Prosegur), es ser el referente global de seguridad, respetado y admirado como líder, con el objetivo de construir un mundo más seguro.

Valores: Finalmente, sus Valores (la manera de actuar que nos identifica), recogen las creencias que guían nuestros comportamientos. Son el reflejo de nuestra forma de ser, comportarnos y trabajar para nuestros clientes: Proactividad, Creación de valor, Orientación al cliente, Transparencia, Excelencia, Liderazgo, Trabajo en equipo y Marca.

La unidad de negocio Prosegur Cash cuenta con 3 300 trabajadores, entre personal operativo y administrativo, y aproximadamente el 56% del personal tiene más de 5 años trabajando para la empresa. El saber cómo influye el clima organizacional, es muy importante para la empresa, ya que, si no existe un buen clima, esto puede afectar negativamente en varios puntos, tales como desempeño, compromiso y satisfacción.

En orden de encontrar las respuestas a los problemas planteados en la investigación y poder contrastar las hipótesis, el diseño de investigación seleccionado es el no experimental, de corte transversal – aplicativo, de nivel descriptivo explicativo - Con métodos: Inductivo, analítico estadístico.

Se definió la población y diseño muestral de objeto de estudio como no probabilístico, con carácter direccional, que estuvo referido a 30 colaboradores de la empresa Prosegur Cash Perú, ubicada en Av. Morro Solar 1086 – Surco, que laboren por más de 6 meses y que pertenezcan a la Gerencia Corporativa de Gestión de Talento; a quienes se les aplicó el instrumento de medición que fue el cuestionario de preguntas cerradas con 18 reactivos, relacionados con las variables y dimensiones respectivas, además que se utilizó la técnica de observación.

Por todo lo previamente relatado, se encontró la necesidad de determinar la relación existente entre el Clima Organizacional en los colaboradores de la empresa Prosegur Cash, Perú.

1.1. Formulación del problema

Frente a la problemática planteada, esta investigación ha formulado el problema de investigación de esta manera:

¿Cuál es el nivel de Clima Organizacional que perciben los colaboradores de la empresa Prosegur Perú?

Periodo de análisis marzo – junio 2019

1.1.1. Formulación de problemas específicos

- ¿Cuál es el nivel de Clima Organizacional que define a los colaboradores de Prosegur Perú con la **satisfacción organizacional**?
- ¿Cuál es el nivel de Clima Organizacional que define a los colaboradores de Prosegur Perú con el **compromiso organizacional**?
- ¿Cuál es el nivel de Clima Organizacional que define a los colaboradores de Prosegur Perú con el **desempeño organizacional**?

1.2. Objetivos de investigación

1.2.1. Objetivo general

Identificar el nivel de Clima Organizacional que define a los colaboradores de la empresa Prosegur Cash Perú, en el periodo comprendido entre marzo y junio de 2019.

1.2.2. Objetivos específicos

- Identificar cuál es el nivel de Clima Organizacional que define a los colaboradores de Prosegur Perú con la **satisfacción organizacional**.
- Describir cuál es el nivel de Clima Organizacional que define a los colaboradores de Prosegur Perú con el **compromiso organizacional**.
- Evidenciar cuál es el nivel de Clima Organizacional que define a los colaboradores de Prosegur Perú con el **desempeño organizacional**.

1.3. Justificación de la investigación

La presente investigación pretende resaltar la importancia del clima organizacional en una empresa y cómo este puede afectar a sus colaboradores.

Conveniencia: La presente investigación ilustrará a la comunidad académica de Relaciones Públicas en el ámbito nacional, acerca de la relación existente entre el Clima Organizacional vivido en las empresas, y los efectos de esta en sus colaboradores.

Relevancia Social: La presente investigación pretende establecer la relación entre el Clima Organizacional y sus efectos en los colaboradores, con una visión humanística y ética para concientizar la relevancia de esta relación para las organizaciones y la sociedad.

Implicaciones Prácticas: En concordancia con los objetivos determinados, el resultado final mostró las soluciones para los problemas de Clima Organizacional y cómo repercute en los intereses de los colaboradores.

Valor teórico: Esta investigación integra teorías clásicas y concepciones actuales de Clima Organizacional, adaptando dichas posiciones a la realidad situacional investigada.

1.3.1. Importancia de la investigación

Esta investigación sustenta su importancia, en la casuística desarrollada, una empresa de alcance internacional preocupada por el Clima Organizacional vivido en sus instalaciones. Es importante que las empresas,

concienticen el Clima Organizacional dentro de ellas, ya que esta puede generar cambios positivos en sus resultados y metas propuestas. Además, será de gran relevancia para la comunidad académica de estudiantes de comunicaciones, a quienes les servirá por las distintas teorías y conceptos planteados.

1.3.2. Viabilidad de la investigación

Se cuenta con recurso humano altamente capacitado, capital financiero, contactos directos con la organización, material académico como libros especializados, tesis, acceso a bibliotecas implementadas y herramientas tecnológicas como el Internet para para poder determinar lo propuesto en la investigación.

1.3.3. Limitaciones

No existen limitaciones para el correcto desarrollo de la investigación ni para el acceso a información de la empresa o colaboradores.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de Investigación

ChuquiHuaccha L. (2018). Clima Organizacional y su impacto en el nivel de Satisfacción Laboral de los trabajadores del Ingemmet. (Tesis de Postgrado). Lima: Universidad de San Martín de Porres.

En la presente investigación, la autora centra su problemática en determinar el impacto del Clima Organizacional que repercute en la satisfacción de los colaboradores de INGEMMET. La autora relata que ante la fusión empresarial de la marca con INACC, se ha percibido en los colaboradores una insatisfacción, lo que ha despertado las alarmas de los dirigentes, quienes, preocupados ante esta situación, pretenden una solución.

El principal objetivo de este trabajo fue el de mostrar cuanto el Clima Organizacional influye en la Satisfacción Laboral de los trabajadores del INGEMMET. Y a la vez se plantearon los siguientes objetivos específicos: Determinar el impacto de la autorrealización profesional en la satisfacción laboral de los colaboradores del INGEMMET. Determinar el impacto del involucramiento personal en la satisfacción laboral de los trabajadores del INGEMMET.

La investigación tuvo un diseño correlacional de enfoque cuantitativo. La muestra constó de 162 trabajadores con contratos de modalidad CAS y CAP que laboran en la sede central, ubicada en la Av. Canadá N°1479, San Borja – Lima Metropolitana. Para la

recolección de datos se utilizó dos instrumentos: Escala del Clima Organizacional de Sonia Palma Carrillo CL- SP (2004) y la Escala de Satisfacción Laboral de Sonia Palma SL – SP (1999) formado por 50 y 36 ítems cada uno.

Como resultado de investigación se halló que existe una relación significativa directa de intensidad moderada ($r=0,408^{**}$, $p=0,000$) entre las variables Clima organizacional y Satisfacción Laboral. Asimismo, se encontró una correlación significativa entre las dimensiones del clima organizacional y la variable satisfacción. Por lo tanto, se concluyó que a mejor Clima Organizacional que perciban los colaboradores, mayor Satisfacción Laboral proyectarán.

Entre la presentación de la discusión se encontró que existe una correlación directa entre el Clima Organizacional y la Satisfacción Organizacional, así como la Autorrealización, el Involucramiento Laboral, la Supervisión, la Comunicación y las Condiciones Laborales.

Para ello, se brindó una serie de recomendaciones a la empresa, tales como: involucrar, además del equipo de trabajo de la Dirección de Personal a los líderes y responsables de los principales procesos funcionales y operativos, de gestión, de la institución, integrado por funcionarios, profesionales y técnicos calificados de los órganos de línea, de apoyo y de asesoramiento, propiciando su participación orientada a la consolidación de un buen ambiente de trabajo.

Pelaes, O. (2010). Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos. (Tesis de Doctorado). Lima: Universidad Mayor de San Marcos. Recuperado de: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/1140/Pelaez_lo%282%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

La investigación pretendió mostrar y dejar en evidencia el nexo que se logra desarrollar en una organización, entre un apto clima organizacional y el resultado que tiene no en los trabajadores de la empresa, sino en los clientes atendidos por estos. Esto representado en el desempeño de los colaboradores. Si existen colaboradores satisfechos,

estos tendrán un grato trato con sus clientes, y por ende estos estarán satisfechos con la empresa en general.

El objetivo general fue investigar el nivel de calidad de servicio que la empresa Telefónica brinda mediante el trato de sus colaboradores a clientes. La hipótesis central planteada fue que existen áreas críticas o deficientes que el servicio prestado por Telefónica Empresas daba. Esta hipótesis fue comprobada con los resultados de la investigación que arrojaron que efectivamente, Telefónica Empresas no brindaba una calidad acorde al que el mercado exige.

El estudio tuvo como fin descubrir y presentar cómo es la calidad de servicio que provee la unidad de negocio Telefónica Empresas, para así identificar y medir los factores críticos para alcanzar la satisfacción de un cliente.

La muestra de la investigación tuvo como participantes a 200 colaboradores de la compañía Telefónica del Perú a los que se les aplicó la Escala de Clima Organizacional y a sus respectivos 200 clientes se les aplicó el cuestionario de Satisfacción del Cliente. El muestreo aplicado fue el “criterial” u “opinático”, en el cual, el investigador escogió su muestra a criterio, para que así esta vaya de acuerdo a los objetivos de su investigación.

El tipo de investigación fue descriptivo explicativo y se asumió un diseño descriptivo correlacional. Primero se describieron las variables principales, luego las dimensiones y los indicadores de medición, que apoyarían a alcanzar los resultados la investigación. Posteriormente se efectuó la correlación entre todos los datos previamente detallados para hallar el nivel de asociación entre estas.

La conclusión de este estudio arrojó que, efectivamente, el Clima Organizacional vivido en una empresa, conlleva una relación directa con la satisfacción de los clientes atendidos por los colaboradores, ya que estos, al sentirse en bienestar con la Compañía, se desempeñan mejor y por ende su trato y atención con los clientes mejora. Esto se pudo ver reflejado a lo largo de la descripción final de la investigación y en sus recomendaciones.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Teoría de las Relaciones Públicas

Desde su nacimiento en Estados Unidos, las Relaciones Públicas han variado y tomado importancia a lo largo de los años. Esta disciplina, pasó de ser una herramienta para promocionar, a ser un pilar estratégico en la edificación de objetivos organizacionales. Ya no solo centra funciones en la propagación de información, sino que va más allá, llega a todos los stakeholders, en un sentido bidireccional, no solo informa, sino que espera una respuesta de la que retroalimentarse y mejorar lazos de credibilidad y confianza.

Martini (1998), acota lo siguiente en referente:

Las Relaciones Públicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos informándolos para lograr una fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras. (p.22)

Prueba de este cambio en las Relaciones Públicas, se encuentra reflejado en los cuatro modelos comunicacionales presentados por James Grunig y Todd Hunt. Estos modelos pueden ser divididos según dos grandes enfoques: unidireccional y bidireccional. La comunicación unidireccional la encontramos en los modelos de agente de prensa y en el de información pública; mientras que la comunicación bidireccional está en los modelos asimétricos bidireccionales y simétricos bidireccionales.

Xifra (2010), menciona los siguientes modelos de las Relaciones Públicas:

el Modelo de Agente de prensa, que brinda información incompleta y deformada y es un modelo unidireccional; el Modelo de Información Pública, cuyo fin es informar, sin querer persuadir. El Modelo Asimétrico Bidireccional, que, a diferencia del anterior, busca persuadir estudiando actitudes y comportamientos de su público para influir en ellos, y, por último, el Modelo Simétrico Bidireccional, a través del cual las relaciones públicas funcionan de mediadores entre la organización y sus públicos, propiciando un diálogo y un cambio de conductas. Se constituye como el modelo ideal de las Relaciones Públicas. (p.14)

De los cuatro modelos previamente descritos, el modelo simétrico bidireccional, es el que mejor se va con las acciones de las verdaderas Relaciones Públicas que toda organización debe implementar, ya que su fin es el de obtener un entendimiento mutuo con sus públicos, y al ser relaciones simétricas, el fin será el mismo para ambos lados.

Sin embargo, habiendo ya analizado la labor que un relacionista público ejerce, existe todavía el pensamiento de que las Relaciones Públicas son un extra en una organización y solo cumplen con labores excéntricas y de lujo.

Según el portal web Roastbriefcommx (2018):

A las personas que se dedican a realizar labores de relaciones públicas se les conoce coloquialmente como “los hombres y las mujeres de la mano fría”, porque siempre traen en ellas un vaso de licor y se encuentran en las reuniones sociales. (p.3)

Y no pueden estar más lejos de la realidad, un relacionista público es un profesional holístico, funge de asesor, visionario, comunicador, y estratega.

Illescas (1995), sostiene lo siguiente:

El profesional de Relaciones Públicas exige el contacto profundo y reflexivo con la dirección de la organización y todos sus niveles, ya sea como integrante de la línea de la empresa asesor externo, de acuerdo con las modalidades, la estructura o el tipo de relación establecidos. (p.31)

El papel de un profesional de Relaciones Públicas es valorado y reconocido al interior de las organizaciones, pues no solo funge de comunicador, o la persona que realiza eventos, va más allá de eso. Es el encargado de articular estratégicamente el logro de los objetivos a grandes rasgos. Es el asesor directo de la Alta Gerencia y el vocero ante el público externo de la organización.

Grunig y Hunt (2000), señalan por su lado, haciendo hincapié en la gestión de su trabajo en el ámbito profesional: que las relaciones públicas son la dirección y gestión de toda la comunicación que se lleva a cabo entre una organización y sus stakeholders o públicos. (p. 72).

Si queremos referirnos a PR, entonces, estamos hablando de un trabajo que engloba muchas habilidades que deben ser consideradas en el mundo organizacional. El relacionista público cumple su rol al ser un influenciador en actitudes buscando crear una sinfonía entre los objetivos de la empresa relacionado con sus distintos públicos, valiéndose solo de la comunicación, por lo tanto, es un ejercicio que se debe estimar más y valorar en el mundo organizacional.

2.2.2 Clima Organizacional

El lugar donde un colaborador se desempeña día a día, la comunicación que un jefe o supervisor tenga con su personal, y el modo de tratar que haya entre los stakeholders de la organización, incluso con los externos (proveedores o clientes), todo ello está conformado por lo que se conoce como Clima Organizacional.

Forehand y Von Gilmer (1964), definen al “clima organizacional, como el grupo de características que puedan servir para describir a una organización y que la diferencien de otras, estas cualidades son relativamente perdurables e influyen en las actitudes de los colaboradores.” (p.5)

El Clima Organizacional puede resultar un vínculo positivo o de lo contrario, una piedra en el camino para el buen desarrollo de la organización, ya que influyen características ligadas a las percepciones compartidas por los miembros de la organización, tanto en su totalidad, como para determinadas personas que se encuentran influenciadas por ella.

Chiavenato (2009), lo define como:

El término clima organizacional se refiere de manera específica a las propiedades motivacionales del ambiente organizacional; es decir, a los aspectos de la organización que llevan a la estimulación o provocación de diferentes tipos de motivaciones en sus integrantes. Así el clima organizacional es favorable cuando se satisface las necesidades personales de los integrantes y eleva la moral. Es desfavorable cuando frustra esas necesidades. (p. 112)

Sin duda, el valor del Clima Organizacional se centra en el intangible que representa, pues está centrado en las distintas percepciones que los colaboradores desarrollen de los eventos que acontezcan en la organización. Esto, es una oportunidad que todas las empresas deben aprovechar a su favor y convertirlo en una fortaleza, que se vea marcada tanto al interior, como al externo de la empresa.

Gonçalves (1997), nos dice que:

De los enfoques sobre el concepto de Clima Organizacional, el que ha demostrado mayor utilidad es el que utiliza a este como elemento fundamental las percepciones que el trabajador tiene de las estructuras y procesos que ocurren en un medio laboral. (p. 59).

La principal relevancia de este enfoque se centra en el hecho de que el actuar de un colaborador no solo radican de los factores de la organización que ya existen, sino que también dependerán de las percepciones que el trabajador tenga de estas. Sin embargo, estas percepciones nacen en su mayoría de una serie de experiencias que cada colaborador viva en y con la empresa. Es por eso que se denomina que el Clima Organizacional, revela y reúne interacciones personales y organizacionales.

El Clima Organizacional, es una muestra de la manera en la que se vive en cada organización, por ello su mejoría significa un mejor desempeño de cada colaborador de la compañía.

Bustos y Miranda (2001), en su más famoso libro nos dicen que:

El clima se refiere a las características del medio ambiente de la organización en que se desempeñan los miembros de esta, estas características pueden ser internas o externas. Estas características son percibidas directa o indirectamente por los miembros que se desempeñan en ese medio ambiente, esto último determina el clima organizacional, ya que cada miembro tiene una percepción distinta del medio en que se desenvuelve. (p. 161)

Otra visión teórica, relaciona al Clima Organizacional con los valores y necesidades del trabajador, sus comportamientos y deseos, más que con las características propias de la organización.

Por lo tanto, al estar meramente vinculado con los comportamientos de las personas, en su desarrollo en la empresa, el Clima Organizacional influirá en el nivel de satisfacción y motivación de los colaboradores y, por ende, en su productividad. Colaboradores satisfechos con su ambiente laboral y el trato recibido, estarán comprometidos en sus labores diarias, lo que los hará más productivos y mejorarán su desempeño.

Chiavenato (2007), referente al tema pronuncia que:

En la actualidad el hecho de encontrar en el puesto de trabajo un óptimo clima organizacional, no se remonta al tema monetario, ni de beneficios que brinden las organizaciones al momento. El verdadero núcleo del clima organizacional se encuentra estrechamente ligado con la motivación de los integrantes de la organización, si la motivación es alta, el clima organizacional tiende a ser elevado, facilitando relaciones de satisfacción, interés y colaboración entre sus integrantes. (p.79)

Otro factor importante es el compromiso que se genera en los colaboradores si se rodean de un ambiente positivo, próspero para el buen desarrollo de sus actividades y que le aporta ganancias, no solo monetarias, sino personales.

Robbins (1998), define:

Compromiso organizacional como un estado en el cual un empleado se identifica con una organización en particular, sus metas y deseos, para mantener la pertenencia a la organización. Un alto compromiso en el trabajo significa identificarse con el trabajo específico de uno, en tanto que un alto compromiso organizacional significa identificarse con la organización propia. (p. 10)

Un colaborador comprometido con la organización, será de gran beneficio para ésta, pues se esforzará y llevará todas sus actividades diarias hacia el alcance de los objetivos generales de la compañía, y a su vez, sus objetivos personales y profesionales. Esto, generará una reacción en cadena con sus compañeros, pues se verá reflejado su bienestar en la empresa y con suerte, podrá ser imitado.

Los trabajadores que estén comprometidos en su labor, serán menos propensos a dejar la compañía y apostar por otra. Esto, sin duda es un gran beneficio para las organizaciones, pues: evita gastos por rotación, capacitación e inducción de nuevo personal y gastos de convocatoria, además que los trabajadores comprometidos no necesitarán de mucha supervisión ya que tienen mimetizado lo importante que es el cumplir los objetivos de la compañía e integrarlos a los suyos como personales.

Quiñones (2017), conceptualiza la Satisfacción Organizacional:

La satisfacción organizacional, este es un tema sumamente importante, muchos estudios se han enfocado en determinar los factores que influye en el bienestar de las personas en sus espacios de trabajo. El buen funcionamiento de las organizaciones va de la mano del empeño y ánimo que los trabajadores de la misma enfoquen hacia sus labores, la influencia de los directivos sobre los trabajadores tiene como objetivo principal cumplir la misión y los objetivos organizacionales. (p.41)

Davis y Newstrom, (1991) manifiestan que: “la satisfacción organizacional es el conjunto de sentimientos favorables o desfavorables que el empleado percibe de su trabajo, y se manifiestan en actitudes laborales”. (p. 203).

La medición del Clima Organizacional es de vital importancia en las organizaciones, ya que gracias a ella se puede obtener una impresión directa de cuan motivados, satisfechos y comprometidos están los colaboradores, lo que a mediano y largo plazo determinará el desempeño general de la compañía. Métodos de medición existen variados, teóricos, o de contexto general, ejemplo de ello es el famoso medidor de clima y cultura: Great Place To Work.

El Clima Organizacional es importante para las organizaciones, ya que nos permite medir el estado emocional de los colaboradores, pues es muy importante porque puede influir en el desempeño de los integrantes de la empresa y a la larga generar una crisis. Además, es un indicador clave para entender los problemas y necesidades de la empresa.

2.2.2.1 Satisfacción Organizacional

Si hablamos de satisfacción organizacional, podríamos definirla como la actitud que un colaborador tiene en su trabajo diario, y que lo conlleva a desempeñarse de manera eficiente.

Muñoz (1990), define la satisfacción organizacional como:

El sentimiento de agrado que experimenta un sujeto por el hecho de realizar un trabajo que le interesa, en un ambiente que le permite estar a gusto, dentro del ámbito de una empresa u organización que le resulta atractiva y por el que percibe una serie de compensaciones psicosocio-económicas acordes con sus expectativas. (p. 76)

El Clima Organizacional y la satisfacción organizacional son variables que se encuentran muy relacionadas entre sí, ya que tienen en común a los trabajadores y el bienestar que estos puedan sentir en sus lugares de trabajo y ello se ve reflejado en su desempeño laboral.

De manera contraria, la insatisfacción organizacional puede influir de manera negativa en la organización, pues trabajadores insatisfechos no lograrán los objetivos organizacionales y no se sentirán cómodos en la empresa.

2.2.2.2. Compromiso Organizacional

Uno de los objetivos en la gestión del área de Comunicación Interna, es alcanzar el compromiso de los colaboradores de la empresa, pues de esta manera, se puede garantizar la optimización de los procesos en esta.

Amorós (2007), define “el compromiso organizacional: el grado en el que un empleado se identifica con una organización específica y con sus metas, además de su deseo de quedarse en ella como integrante”. (p.73)

Si una organización cuenta con colaboradores comprometidos con ésta, generará fortalezas, tanto internas como externas, pues ellos realizarán una excelente labor en su día a día, sin necesidad de supervisión, solo por el hecho de que les gusta trabajar ahí, y se ahorrarán costos en la empresa, de supervisión, por ejemplo.

Por lo previamente relatado, se fue afirmar que el compromiso organizacional influye en pro de la organización siempre y cuando esta logre tener a sus colaboradores satisfechos y felices, lo que conllevará a mejorar su Clima Organizacional y, por ende, construir una adecuada reputación corporativa.

Robbins (2004), lo define como:

El proceso participativo que aprovecha toda la capacidad de los empleados y que está destinado a fomentar el aumento en el compromiso con el éxito de la organización. La lógica es que comprometer a los trabajadores en las decisiones que los afectarán o incrementarán su autonomía y el control que tienen sobre su vida laboral los hace más motivados, más dedicados a la empresa, más productivos y más satisfechos con su trabajo. (p. 73)

Es por ello que el Clima Organizacional está relacionado directamente con el desempeño laboral y la productividad de la organización. Mientras más comprometidos e incentivados se encuentren los colaboradores tendrán un mayor rendimiento que se verá reflejado en porcentajes reales ante un balance corporativo.

2.2.2.3. Desempeño Organizacional

El desempeño organizacional es comúnmente denominado como la medida de eficiencia y eficacia de una organización y es medido en el grado en que se alcanza de acuerdo a los objetivos fijados. Es la capacidad que posee el colaborador para realizar sus funciones de manera exitosa, y se percibe a través de su rendimiento.

De acuerdo a ello, Chiavenato (2007), lo define como:
Las acciones y comportamientos del colaborador, con respecto a las metas propuestas al interior de la empresa, en un plazo establecido y que son importantes en el logro de los objetivos de la organización. El rendimiento del trabajador respecto a sus responsabilidades. (p. 117)

Para el mundo organizacional, el obtener un buen desempeño organizacional es un plus beneficioso, pues aporta valor y contribuye a la formación de un buen clima organizacional, y por ende una buena productividad como compañía, por ello, es vital que las empresas tengan una medición contante de su desempeño y se puedan identificar oportunidades a potenciar.

La fortaleza más grande en una organización es un buen desempeño organizacional, es por ello que se debe implementar indicadores y programas que ayuden a capacitar y formar el capital humano en función de la mejora permanente del desempeño de la empresa.

El hecho de que una empresa reconozca el desempeño organizacional de sus colaboradores es muy importante, porque de este modo, el trabajador se sentirá más comprometido y motivado a seguir mejorando en la organización, y esto es una gran fortaleza.

Robbins (2004), define a “la motivación como el proceso que da cuenta de la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo por conseguir una meta”. (p. 155).

2.3. Definición de términos

Actitudes: Es el sentimiento o motivación social que una persona presenta ante una situación y ejerce influencia en lo que lo rodea.

Clima Organizacional: Expresión personal de la "percepción" que los trabajadores y directivos se forman de la organización a la que pertenecen.

Comunicación: Es un proceso bidireccional, en el que interactúan y se relacionan dos o más personas, a través de un conjunto de signos o símbolos, por ambos conocidos.

Cultura Organizacional: Patrón de premisas establecidas en una organización, tales como experiencias, hábitos, costumbres, creencias, y valores, que caracteriza a un grupo.

Desarrollo Profesional: Se define como la etapa en la que un colaborador se siente satisfecho con las funciones que desempeña en su trabajo y desea continuar contribuyendo y creciendo a través de metas propuestas.

Eficiencia: Es la habilidad de utilizar los medios o recursos de una manera racional para alcanzar un objetivo. Este debe ser logrado en el menor tiempo posible, con el mínimo de recursos, lo que conlleva a una optimización.

Estrategia: Acciones previamente planificadas que ayudan a elegir y a conseguir los mejores resultados posibles. La estrategia está orientada a alcanzar un objetivo.

Filosofía Corporativa: Establece una misión (beneficio que la organización proporciona), valores (por los cuales se rige) y visión (a dónde quiere llegar).

Identidad Organizacional: Es un valor, que fortalece el sentir como propia a la organización, y esto ocasiona que los colaboradores siempre busquen lo mejor para esta.

Motivación: Voluntad que impulsa a un individuo a realizar acciones hasta poder lograr un objetivo previamente planteado.

Motivación Organizacional: Comprende el cómo alcanzar un alto desempeño basándose en la cultura y los valores organizacionales.

Objetivo: Es el fin último al que quiere llegar en una acción u operación. Es el resultado final o suma de una serie de metas y procesos.

Organización: Grupo social compuesto por personas naturales, tareas y administraciones que forman una estructura sistemática de relaciones, tendientes a producir bienes, servicios o normativas para satisfacer las necesidades de una comunidad dentro de un entorno.

Orgullo: Enfocando la connotación positiva del término, el orgullo está vinculado al respeto o valoración que una persona tiene de sí mismo o del lugar en el que ve rodeado o la situación que lo envuelve.

Planeamiento Estratégico: Es un proceso sistemático de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos.

Productividad: Se denomina a la medición de la eficiencia en base a factores o recursos utilizados. Se entiende por obtener el mejor rendimiento utilizando el mínimo de recursos.

Público Interno: Grupo de personas que conforma una organización, pueden ser colaboradores, accionistas, personal ejecutivo, directivos, proveedores y distribuidores.

Recompensa: Suele denominarse como un incentivo que se ofrece en la realización de alguna tarea. Se asocia a un estímulo que contribuye a la realización de algo.

Sentido de Pertenencia: Se refiere a la satisfacción que una persona desarrolla al sentirse parte de un grupo. Se siente identificado con el grupo y sus participantes a quienes entiende como pares.

Trabajo en Equipo: Es el esfuerzo integrado de 2 o más personas para la realización de un objetivo en común.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis general

El nivel de Clima Organizacional que define a Prosegur Perú, **se relaciona significativamente** con sus colaboradores.

3.2. Hipótesis específicas

- El nivel de Clima Organizacional que define a los colaboradores de Prosegur Perú se relaciona con la **satisfacción organizacional**.

- El nivel de Clima Organizacional que define a los colaboradores de Prosegur Perú se relaciona con el **compromiso organizacional**.

- El nivel de Clima Organizacional que define a los colaboradores de Prosegur Perú se relaciona con el **desempeño organizacional**.

3.3. Cuadro operacional

CLIMA ORGANIZACIONAL	Definición conceptual	El término Clima Organizacional se refiere de manera específica a las propiedades motivacionales del ambiente organizacional; es decir, a los aspectos de la organización que llevan a la estimulación o provocación de diferentes tipos de motivaciones en sus integrantes. Así el clima organizacional es favorable cuando se satisface las necesidades personales de los integrantes y eleva la moral. Es desfavorable cuando frustra esas necesidades. (Chiavenato, 2009, p. 112)
	Definición operacional	Partiendo del enfoque de Idalberto Chiavenato (2009) y de Stephen Robbins (1999), se consideró para la presente investigación las siguientes dimensiones: Desempeño Organizacional (Chiavenato) y Compromiso y Satisfacción Organizacional (Robbins) .
DIMENSIONES	Satisfacción Organizacional	Robbins (1998), la define como el conjunto de actitudes generales del individuo hacia su trabajo. Quien está muy satisfecho con su puesto tiene actitudes positivas hacia éste; quien está insatisfecho, muestra en cambio, actitudes negativas. Cuando la gente habla de las actitudes de los trabajadores casi siempre se refiere a la satisfacción laboral; de hecho, es habitual utilizar una u otra expresión indistintamente.
	Compromiso Organizacional	Es el grado en que un empleado se identifica con una organización en particular y las metas de ésta, y desea mantener su relación con ella. Por tanto, involucramiento en el trabajo significa identificarse y comprometerse con un trabajo específico, en tanto que el compromiso organizacional es la identificación del individuo con la organización que lo emplea (Robbins, 2009: 79).
	Desempeño Organizacional	Chiavenato (2000) define el desempeño organizacional como, el rendimiento del trabajador respecto a sus responsabilidades. (p. 117)
	Encuesta	Encuesta de 18 preguntas, que corresponden a la identidad corporativa de la organización.
	Escala de medición	Escala de Likert de 5 niveles, donde: 1 = Nunca 2 = Casi nunca 3 = A veces 4 = Casi siempre 5 = Siempre
	Preguntas de Satisfacción Organizacional	P1, p2, p3, p4, p5, p6
	Preguntas de Compromiso Organizacional	P7, p8, p9, p10, p11, p12
	Preguntas de Desempeño Organizacional	P13, p14, p15, p16, p17 y p18

CAPITULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Nivel metodológico

Con la metodología se puede dar a conocer los resultados de la investigación. Además, ayuda a designar las herramientas y técnicas de investigación que se utilizarán para obtener los resultados y datos del área y muestra de estudio. obtener los datos de la muestra y área de estudio. Para la sustentación de estas ideas, se mencionará información recopilada por distintos autores que refuercen la hipótesis.

Es una investigación de **tipo cuantitativa**; método que recopila y analiza datos obtenidos de diferentes fuentes, que, a la vez mediante el uso de herramientas de tipo informático, estadístico y en ocasiones matemático, busca obtener resultados. En ese sentido, su complemento, la investigación cualitativa, se vincula al nivel de profundidad o intensidad en su investigación, realizada en un solo **corte de tiempo**, para obtener información a detalle y que sea proporcionada mediante instrumentos de investigación primarios, tales como el cuestionario. El nivel del estudio es **descriptivo**, ya que se desea hacer una descripción de la realidad en base a situaciones previamente analizadas.

Fernández y Díaz (2002), refieren: “La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede”. (p. 76)

Sekaran (2003), nos dice que:

La investigación descriptiva consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, y características, perfiles de personas, grupos, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información conceptos o variables a las que se refieren. (p. 32).

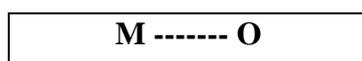
4.2. Diseño de la muestra

El diseño de esta investigación es no experimental, ya que se estudió los fenómenos en su ambiente de manera natural sin manipular; la investigación es de **diseño ex post facto, transversal** ya que tomó lugar en un periodo de tiempo determinado con el objetivo de medir percepciones del Clima Organizacional.

Raffino (2018), nos habla de diseño no experimental:

Son las mediciones estadísticas, en las que se consulta la opinión pública respecto a un asunto para poder determinar una postura conjunta. O las investigaciones que, teniendo un conjunto de datos estadísticos disponibles, procede a interpretarlos y organizarlos de modo de obtener la mayor cantidad posible de datos relevantes. (p.35)

El diseño de investigación se denomina: **descriptivo simple** y es representado de la siguiente forma:



M: Representa a los colaboradores de Prosegur Perú - Cash

O: Representa la observación y medición de la variable Clima Organizacional

Los diseños transeccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades, etc., y proporcionar su descripción. Son, por tanto, estudios puramente descriptivos y cuando establecen hipótesis, estas son también descriptivas (de pronóstico de una cifra o valores). (Hernández, Fernández y Baptista, p. 155)

Este será el diseño a utilizar, ya que los datos se recolectarán de una situación real sin manipular variables en un solo momento.

4.2.1. Población y muestra de estudio

Población: Se refiere a la totalidad de los elementos que poseen las principales características objeto de análisis y sus valores son conocidos como parámetros. (Rojas, 2013, p.286).

Muestra: Esta se puede definir como una parte de la población que contiene teóricamente las mismas características que se desean estudiar en la población respectiva. Sus medidas reciben el nombre de estadísticos. (Rojas, 2013, p.286)

La muestra de estudio estuvo compuesta por 30 trabajadores de la empresa Prosegur Cash Perú, ubicada en Av. Morro Solar 1086 – Surco, que laboren por más de 6 meses en la Compañía y que pertenezcan a la Gerencia Corporativa de Gestión de Talento.

Al momento de la aplicación del instrumento para el recojo de la información no participaron: directivos, ni personal con menos de 6 meses en la empresa.

- **Criterios de inclusión:** Colaboradores que laboren por más de 6 meses en la Compañía, Colaboradores de la Gerencia Corporativa de Gestión de Talento.
- **Criterios de exclusión:** Directivos, Jefes Personal de otras áreas, colaboradores de otras áreas o gerencias.

4.3. Técnicas de recolección de datos

En esta investigación se ha determinado a la **encuesta** y la **observación** como técnicas para la recolección de datos de la variable del objeto de estudio. Esta técnica es muy usada en la investigación social aplicada, incluso es usada en disciplinas que no tienen que ver con las ciencias sociales, tales como la psicología, epidemiología y más, pues conllevan a resultados tangibles y comparables.

De la encuesta, Rojas (2013), refiere que:

La encuesta consiste en recopilar información sobre una parte de la población denominada muestra. La información recogida podrá emplearse para un análisis cuantitativo con el fin de identificar y conocer la magnitud de los problemas que se suponen o se conocen en forma parcial o imprecisa. (p.221)

En esta investigación, se ha considerado el principio de anonimato y confidencialidad, que se refiere al consentimiento Informado de los que estén implicados en la investigación, por dicho punto, no se solicitó datos personales de los colaboradores, y se respetó su libertad de decisión de participar.

Se ha empleado también la técnica de medición de actitudes del tipo Likert. Para el tratamiento de los datos producidos por el cuestionario y el escalorama se ha utilizado estadística descriptiva.

4.4. Aspectos éticos

Como la investigación busca recoger datos relacionados con las percepciones, opiniones y creencias de las personas, es importante tomar algunas medidas para asegurar que la participación en el estudio no tenga efectos adversos en la vida privada, social.

En el presente estudio ha sido cuidadoso de los derechos elementales de la población y de la muestra, garantizamos que no hubo manipulación de los datos obtenidos ni sesgo de los resultados al que se ha llegado al concluir la presente investigación; solo así tiene relevancia para la propia institución y también para la sociedad.

El presente trabajo respeta las fuentes usadas para el Marco Teórico, siempre consignando el libro y el nombre del autor, además de las fuentes electrónicas usadas, siguiendo las leyes APA.

La investigación realizada será usada para fines académicos y encontrar una solución al problema encontrado dentro de la empresa. Siempre guardando la confiabilidad de las entrevistas e información obtenida.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.1 Resultados

Una vez aplicado el instrumento de recolección de datos (formulario), se procedió a analizar el resultado que arrojaron las respuestas, con el fin de analizarlos.

La información que este análisis arroje será el que se halle en las conclusiones a las cuales esta investigación llegará, lo que mostrará el nivel de Clima Organizacional de la Gerencia Corporativa de Gestión de Talento de Prosegur Cash Perú.

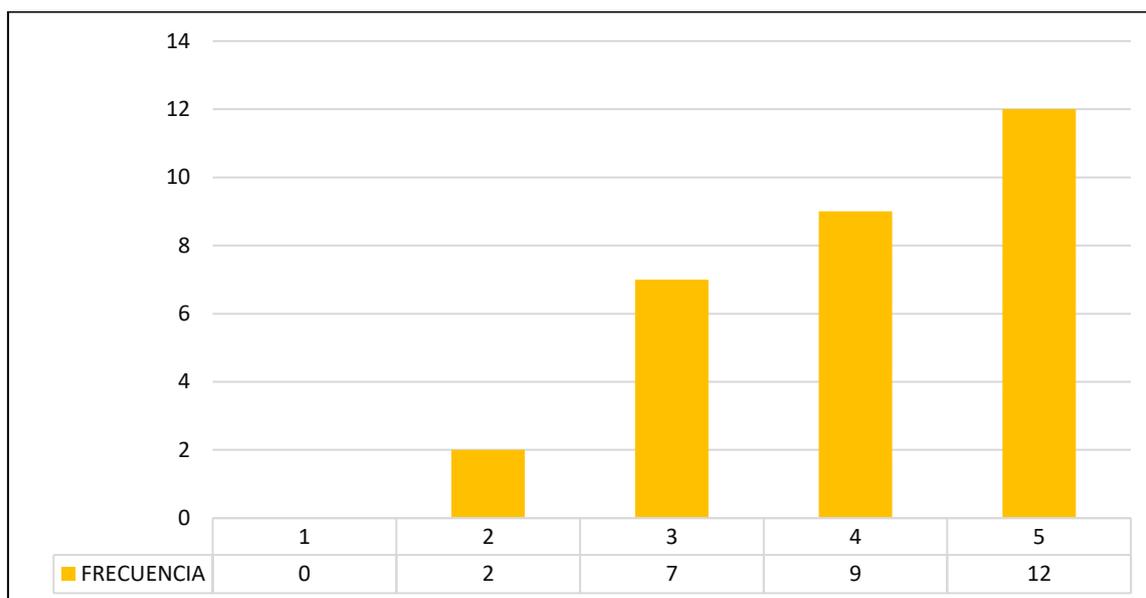
TABLA 1

Variable: Clima Organizacional
Dimensión: Satisfacción Organizacional

RECOMPENSA

Válidos	30
Perdidos	0

Valoraciones	Frecuencia	Promedio ponderado	Porcentaje acumulado	Resultados
5	12	12,0	12%	60
4	9	9,0	21%	36
3	7	7,0	28%	21
2	2	2,0	30%	4
1	0	0	30%	0
TOTAL	30	30,0		121



Fuente propia

En la tabla 1 relacionado a la Recompensa; en la distribución de frecuencia el mayor valor que se observa es el 12 que representa el nivel de escala “Muy bueno”; los menores valores son 0 y 2 que representan “Malo” y “Deficiente”, respectivamente. Los valores intermedios, son 7 y 9 que representa el nivel “Regular” y nivel “Bueno” de la escala.

En conclusión, el valor promedio general sobre el nivel de apreciación de la Recompensa, relacionada al cuadro 1 fue de $X= 4.03$, que representa el nivel “Medio - Bueno” de la escala.

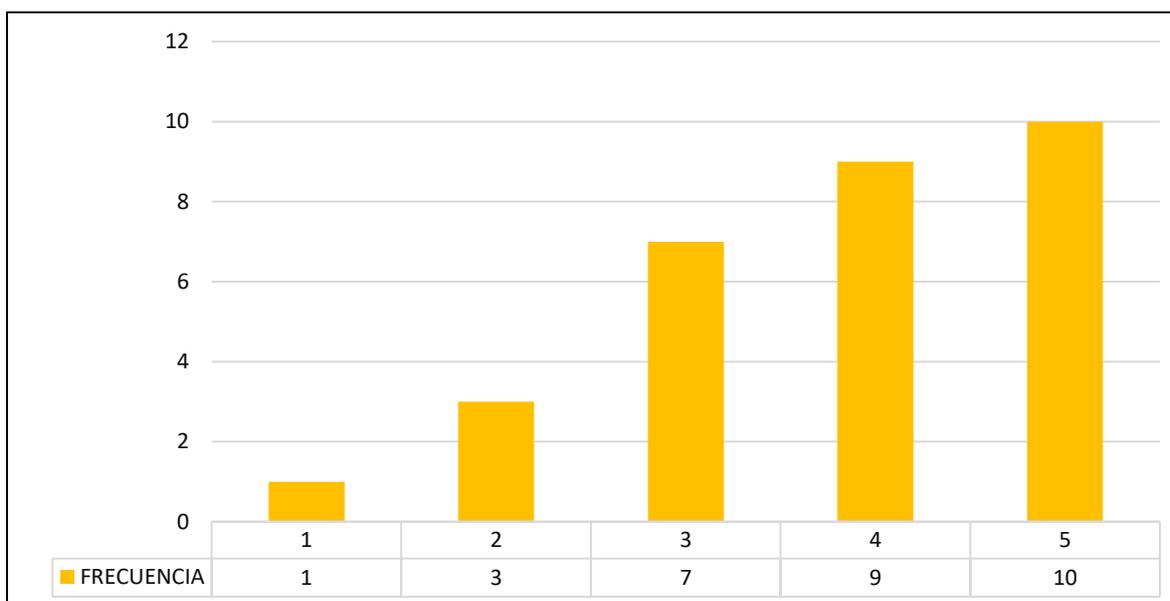
TABLA 2

Variable: Clima Organizacional
Dimensión: Satisfacción Organizacional

RECOMPENSA

Válidos	30
Perdidos	0

Valoraciones	Frecuencia	Promedio ponderado	Porcentaje acumulado	Resultados
5	10	10,0	10%	50
4	9	9,0	19%	36
3	7	7,0	26%	21
2	3	3,0	29%	6
1	1	1,0	30%	1
TOTAL	30	30,0		114



Fuente propia

En la tabla 2 de distribución de frecuencia de Recompensa el mayor valor que se observa es el 10 que representa el nivel de escala “Muy bueno”; los menores valores son 1 y 3 que representan “Malo” y “Deficiente”, respectivamente. Los valores intermedios, son 7 y 9 que representa el nivel “Regular” y nivel “Bueno” de la escala.

En conclusión, el valor promedio general sobre la apreciación de Recompensa, relacionada al cuadro 2 fue de **X= 3.8**, que representa el nivel “Bajo- Bueno”.

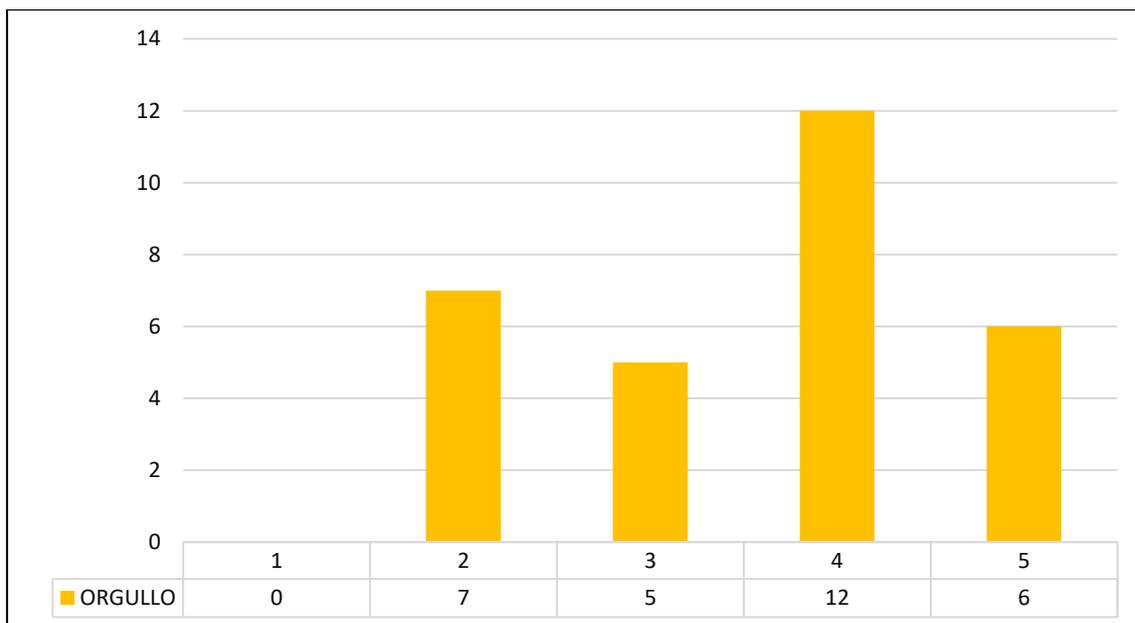
TABLA 3

Variable: Clima Organizacional
Dimensión: Satisfacción Organizacional

ORGULLO

Válidos	30
Perdidos	0

Valoraciones	Frecuencia	Promedio ponderado	Porcentaje acumulado	Resultados
5	6	6,0	6%	30
4	12	12,0	18%	48
3	5	5,0	23%	15
2	7	7,0	30%	14
1	0	0	30%	0
TOTAL	30	30,0		107



Fuente propia

En la tabla 3 relacionado a la Orgullo; en la distribución de frecuencia el mayor valor que se observa es el 12 que representa el nivel de escala “Bueno”; los menores valores son 0 y 5 que representan “Malo” y “Deficiente”, respectivamente. Los valores intermedios, son 7 y 12 que representa el nivel “Deficiente” y nivel “Bueno” de la escala.

En conclusión, el valor promedio general sobre el nivel de apreciación del Orgullo, relacionada al cuadro 3 fue de **X= 3.57**, que representa el nivel “Alto - Regular” de la escala.

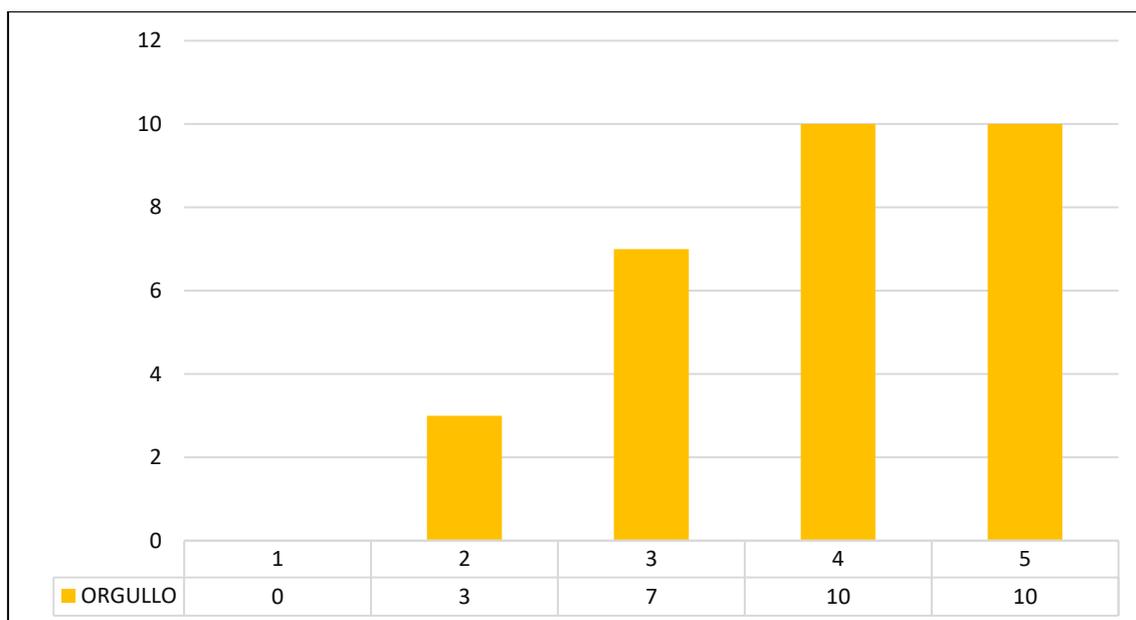
TABLA 4

Variable: Clima Organizacional
Dimensión: Satisfacción Organizacional

ORGULLO

Válidos	30
Perdidos	0

Valoraciones	Frecuencia	Promedio ponderado	Porcentaje acumulado	Resultados
5	10	10,0	10%	30
4	10	10,0	20%	48
3	7	7,0	27%	15
2	3	3,0	30%	14
1	0	0	30%	0
TOTAL	30	30,0		107



Fuente propia

En la tabla 4 relacionado a la Orgullo; en la distribución de frecuencia el mayor valor que se observa es el 10, que representa a dos niveles “Bueno y Muy bueno” respectivamente; los menores valores son 0 y 3 que representan “Malo” y “Deficiente”, respectivamente. Y el valor intermedio, es 7 que representa el nivel “Regular”.

En conclusión, el valor promedio general sobre el nivel de apreciación del Orgullo, relacionada al cuadro 4 fue de **X= 3.9**, que representa el nivel “Bueno – Bajo” de la escala.

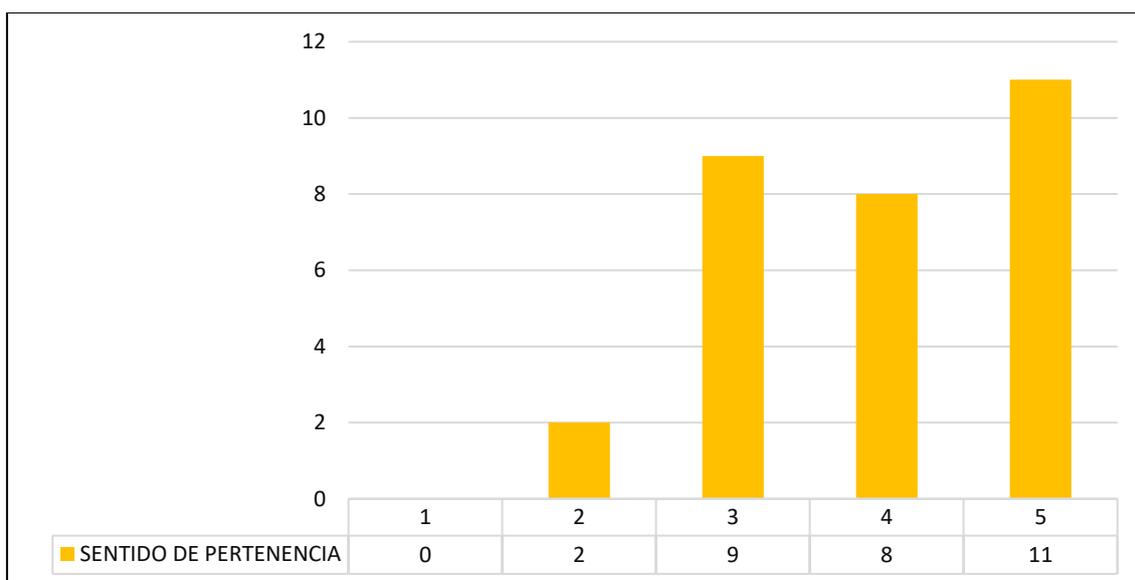
TABLA 5

Variable: Clima Organizacional
Dimensión: Satisfacción Organizacional

SENTIDO DE PERTENENCIA

Válidos	30
Perdidos	0

Valoraciones	Frecuencia	Promedio ponderado	Porcentaje acumulado	Resultados
5	11	11,0	11%	55
4	8	8,0	19%	32
3	9	9,0	28%	27
2	2	2,0	30%	4
1	0	0	30%	0
TOTAL	30	30,0		118



Fuente propia

En la tabla 5 relacionado a la Sentido de Pertenencia; en la distribución de frecuencia el mayor valor que se observa es el 11 que representa el nivel de escala “Muy bueno”; los menores valores son 0 y 2 que representan “Malo” y “Deficiente”, respectivamente. Los valores intermedios, son 9 y 8 que representa el nivel “Regular” y nivel “Bueno” de la escala.

En conclusión, el valor promedio general sobre el nivel de apreciación de la Sentido de Pertenencia, relacionada al cuadro 5 fue de **X= 3.93**, que representa el nivel “**Medio – Bueno**” de la escala.

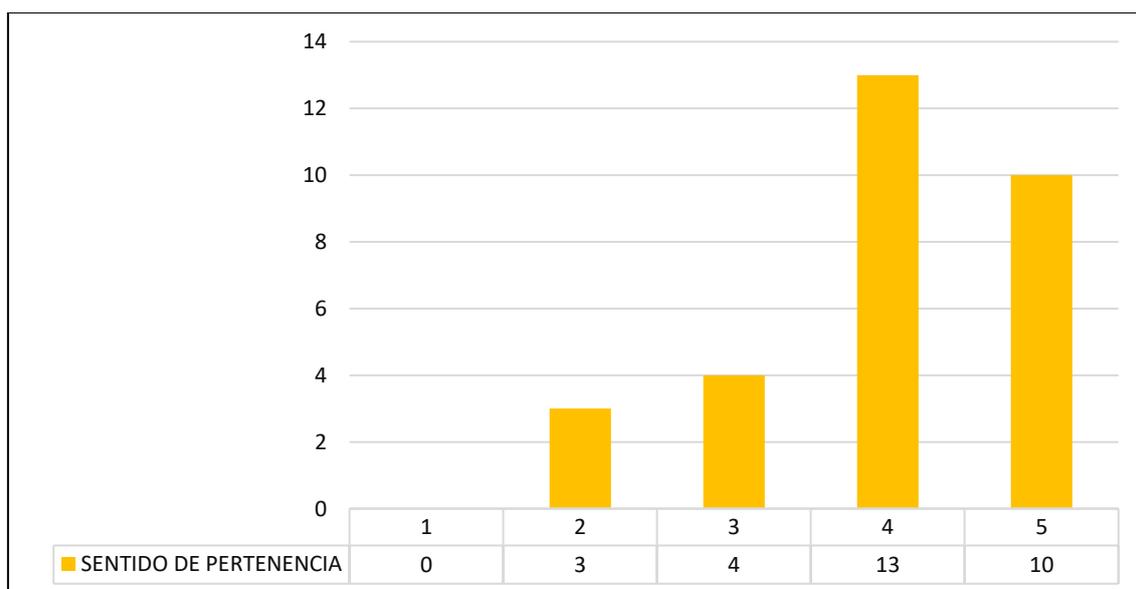
TABLA 6

Variable: Clima Organizacional
Dimensión: Satisfacción Organizacional

SENTIDO DE PERTENENCIA

Válidos	30
Perdidos	0

Valoraciones	Frecuencia	Promedio ponderado	Porcentaje acumulado	Resultados
5	10	10,0	10%	50
4	13	13,0	23%	52
3	4	4,0	27%	12
2	3	3,0	30%	6
1	0	0	30%	0
TOTAL	30	30,0		120



Fuente propia

En la tabla 6 relacionado al Sentido de Pertenencia; en la distribución de frecuencia el mayor valor que se observa es el 13 que representa el nivel de escala “Bueno”; los menores valores son 0 y 3 que representan “Malo” y “Deficiente”, respectivamente. Los valores intermedios, son 4 y 13 que representa el nivel “Regular” y nivel “Bueno” de la escala.

En conclusión, el valor promedio general sobre el nivel de apreciación de la Sentido de Pertenencia, relacionada al cuadro 6 fue de **X= 4**, que representa el nivel “**Medio – Bueno**” de la escala.

TABLA 7

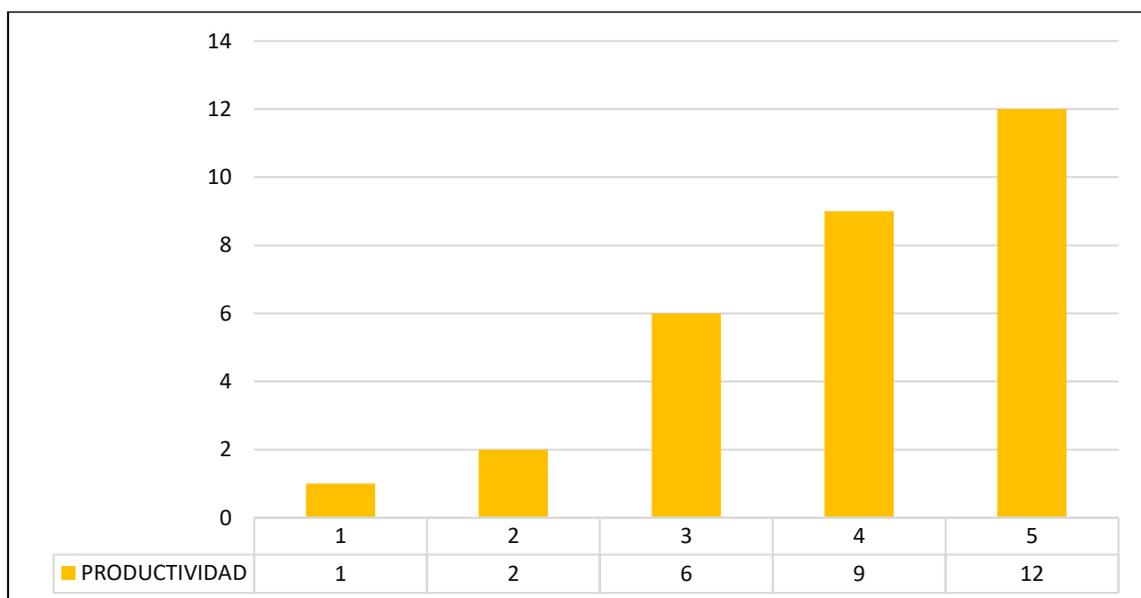
Variable: Clima Organizacional

Dimensión: Compromiso Organizacional

PRODUCTIVIDAD

Válidos	30
Perdidos	0

Valoraciones	Frecuencia	Promedio ponderado	Porcentaje acumulado	Resultados
5	12	12,0	12%	60
4	9	9,0	21%	36
3	6	6,0	27%	18
2	2	2,0	29%	4
1	1	1,0	30%	1
TOTAL	30	30,0		119



Fuente propia

En la tabla 7 de distribución de frecuencia de Productividad el mayor valor que se observa es el 12 el que representa el nivel de escala “Muy bueno”; los menores valores son 1 y 2 que representan “Malo” y “Deficiente”, respectivamente. Los valores intermedios, son 6 y 9 que representa el nivel “Regular” y nivel “Bueno” de la escala.

En conclusión, el valor promedio general sobre la apreciación de Productividad, relacionada al cuadro 7 fue de $X= 3.96$, que representa el nivel “Medio - Bueno”.

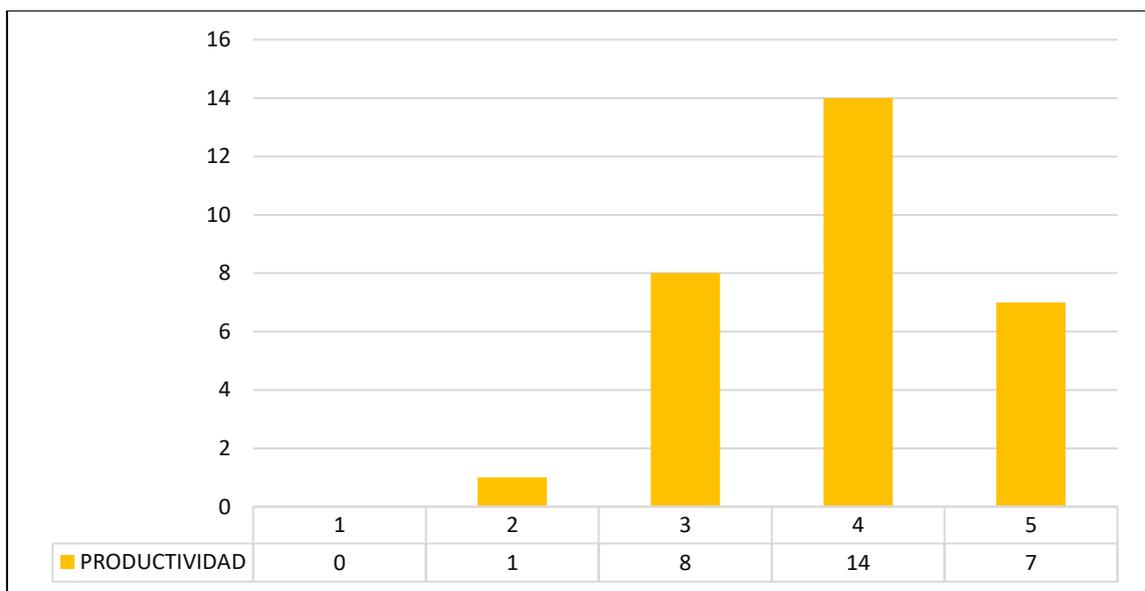
TABLA 8

Variable: Clima Organizacional
Dimensión: Compromiso Organizacional

PRODUCTIVIDAD

Válidos	30
Perdidos	0

Valoraciones	Frecuencia	Promedio ponderado	Porcentaje acumulado	Resultados
5	7	7,0	7%	35
4	14	14,0	21%	56
3	8	8,0	29%	24
2	1	1,0	30%	2
1	0	0	30%	0
TOTAL	30	30,0		117



Fuente propia

En la tabla 8 de distribución de frecuencia de Productividad el mayor valor que se observa es el 14 el que representa el nivel de escala “Bueno”; los menores valores son 0 y 1 que representan “Malo” y “Deficiente”, respectivamente. Los valores intermedios, son 8 y 14 que representa el nivel “Regular” y nivel “Bueno” de la escala.

En conclusión, el valor promedio general sobre la apreciación de Productividad, relacionada al cuadro 8 fue de **X= 3.9**, que representa el nivel “Medio - Bueno”.

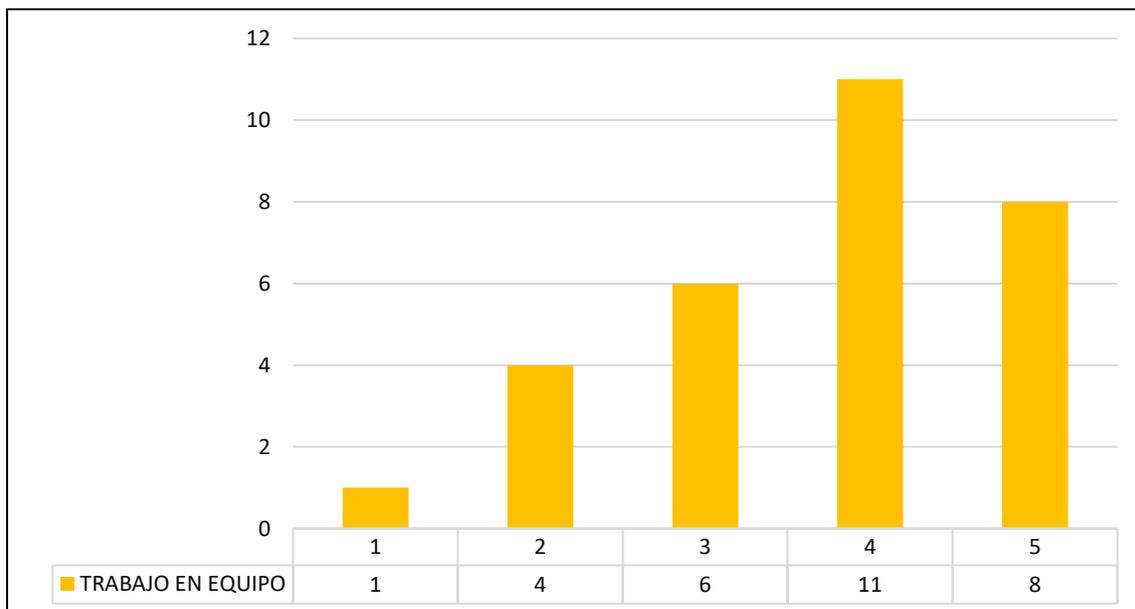
TABLA 9

Variable: Clima Organizacional
Dimensión: Compromiso Organizacional

TRABAJO EN EQUIPO

Válidos	30
Perdidos	0

Valoraciones	Frecuencia	Promedio ponderado	Porcentaje acumulado	Resultados
5	8	8,0	8%	40
4	11	11,0	19%	44
3	6	6,0	25%	18
2	4	4,0	29%	8
1	1	1,0	30%	1
TOTAL	30	30,0		111



Fuente propia

En la tabla 9 de distribución de frecuencia de Trabajo en equipo el mayor valor que se observa es el 11 el que representa el nivel de escala “Bueno”; los menores valores son 1 y 4 que representan “Malo” y “Deficiente”, respectivamente. Los valores intermedios, son 6 y 11 que representa el nivel “Regular” y nivel “Bueno” de la escala.

En conclusión, el valor promedio general sobre la apreciación de Trabajo en equipo, relacionada al cuadro 9 fue de **X= 3.7**, que representa el nivel “Bajo - Bueno”.

TABLA 10

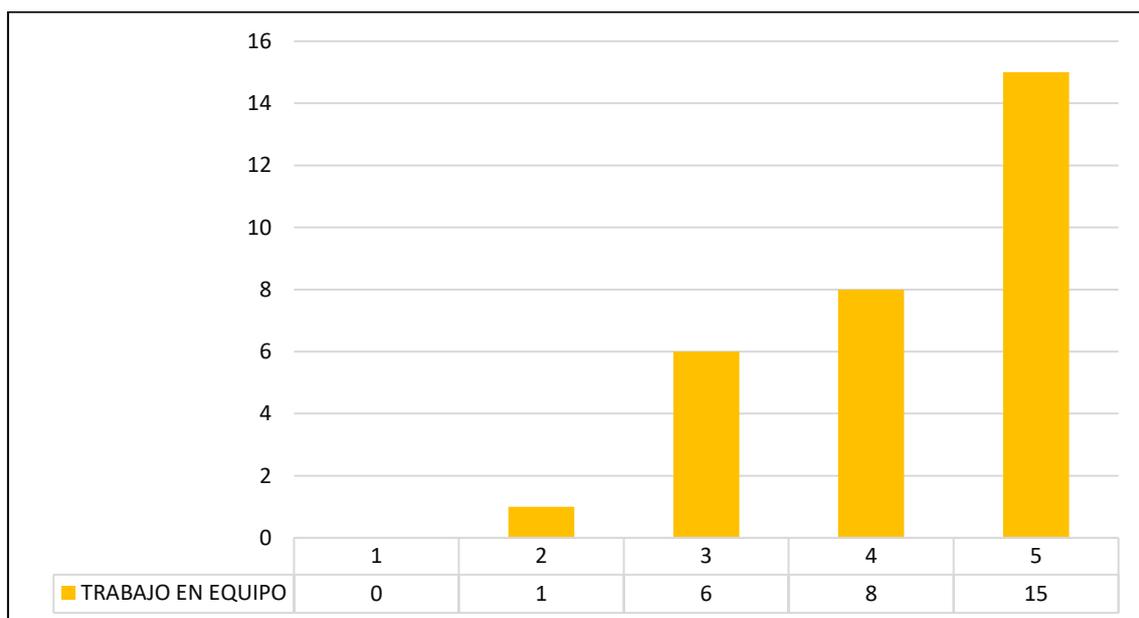
Variable: Clima Organizacional

Dimensión: Compromiso Organizacional

TRABAJO EN EQUIPO

Válidos	30
Perdidos	0

Valoraciones	Frecuencia	Promedio ponderado	Porcentaje acumulado	Resultados
5	15	15,0	15%	75
4	8	8,0	23%	32
3	6	6,0	29%	18
2	1	1,0	30%	2
1	0	0	30%	0
TOTAL	30	30,0		127



Fuente propia

En la tabla 10 de distribución de frecuencia de Trabajo en equipo el mayor valor que se observa es el 15 el que representa el nivel de escala “Muy Bueno”; los menores valores son 0 y 1 que representan “Malo” y “Deficiente”, respectivamente. Los valores intermedios, son 6 y 8 que representa el nivel “Regular” y nivel “Bueno” de la escala.

En conclusión, el valor promedio general sobre la apreciación de Trabajo en equipo, relacionada al cuadro 10 fue de $X= 4.23$, que representa el nivel “Alto - Bueno”.

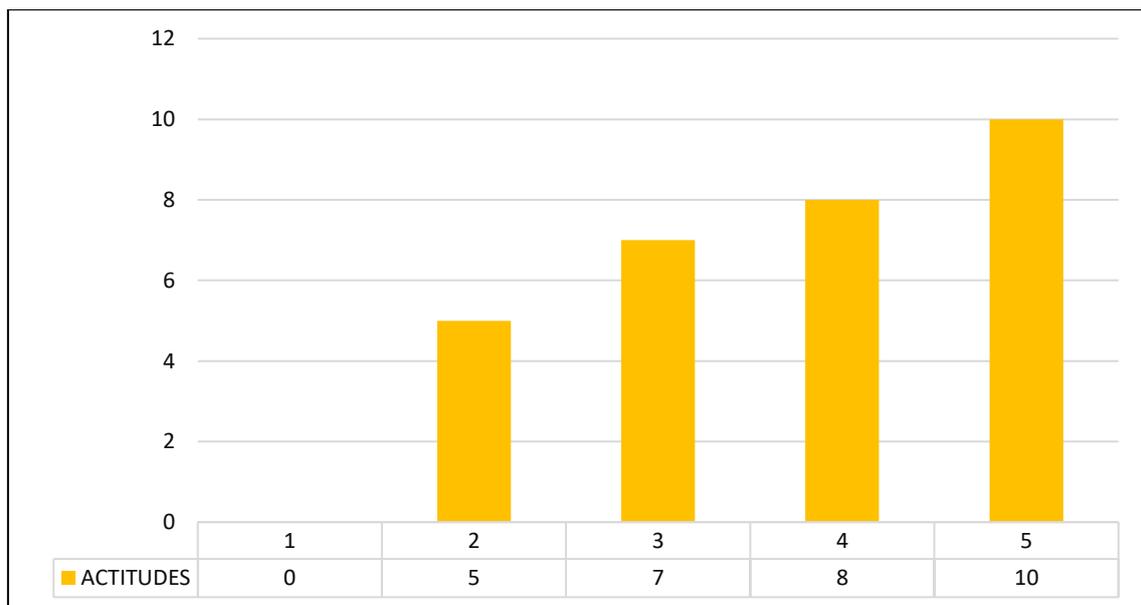
TABLA 11

Variable: Clima Organizacional
Dimensión: Compromiso Organizacional

ACTITUDES

Válidos	30
Perdidos	0

Valoraciones	Frecuencia	Promedio ponderado	Porcentaje acumulado	Resultados
5	10	10,0	10%	50
4	8	8,0	18%	32
3	7	7,0	25%	21
2	5	5,0	30%	10
1	0	0	30%	0
TOTAL	30	30,0		113



Fuente propia

En la tabla 11 de distribución de frecuencia de Actitudes el mayor valor que se observa es el 10 el que representa el nivel de escala “Muy Bueno”; los menores valores son 0 y 5 que representan “Malo” y “Deficiente”, respectivamente. Los valores intermedios, son 7 y 8 que representa el nivel “Regular” y nivel “Bueno” de la escala.

En conclusión, el valor promedio general sobre la apreciación de Actitudes, relacionada al cuadro 11 fue de **X= 3.76**, que representa el nivel “Bajo - Bueno”.

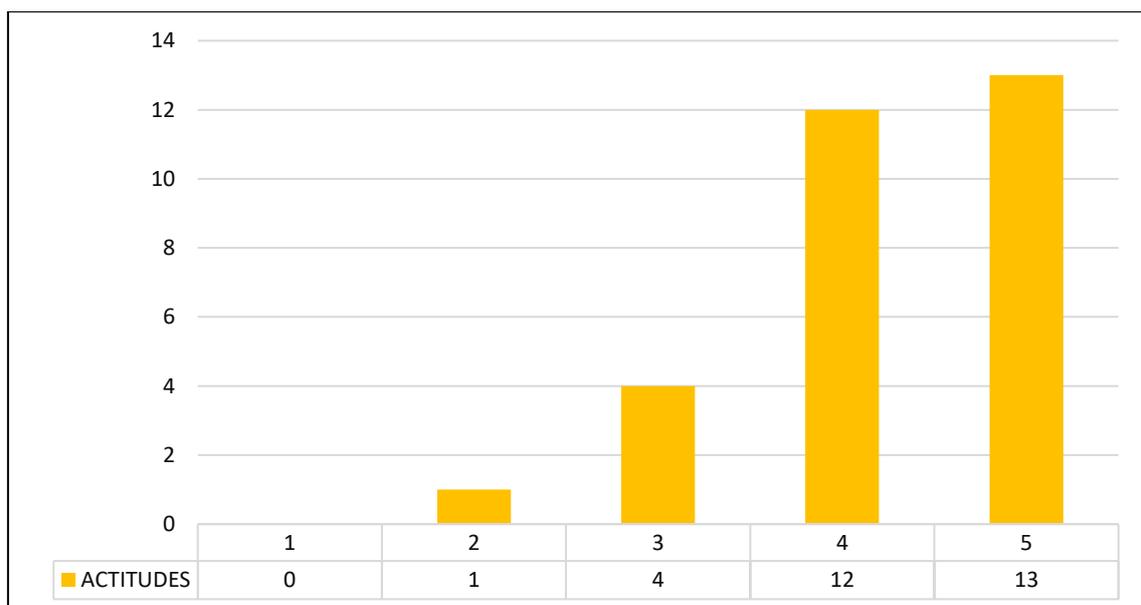
TABLA 12

Variable: Clima Organizacional
Dimensión: Compromiso Organizacional

ACTITUDES

Válidos	30
Perdidos	0

Valoraciones	Frecuencia	Promedio ponderado	Porcentaje acumulado	Resultados
5	13	13,0	13%	65
4	12	12,0	25%	48
3	4	4,0	29%	12
2	1	1,0	30%	2
1	0	0	30%	0
TOTAL	30	30,0		127



Fuente propia

En la tabla 12 de distribución de frecuencia de Actitudes el mayor valor que se observa es el 13 el que representa el nivel de escala “Muy Bueno”; los menores valores son 0 y 1 que representan “Malo” y “Deficiente”, respectivamente. Los valores intermedios, son 4 y 12 que representa el nivel “Regular” y nivel “Bueno” de la escala.

En conclusión, el valor promedio general sobre la apreciación de Actitudes, relacionada al cuadro 12 fue de $X= 4.23$, que representa el nivel “Alto - Bueno”.

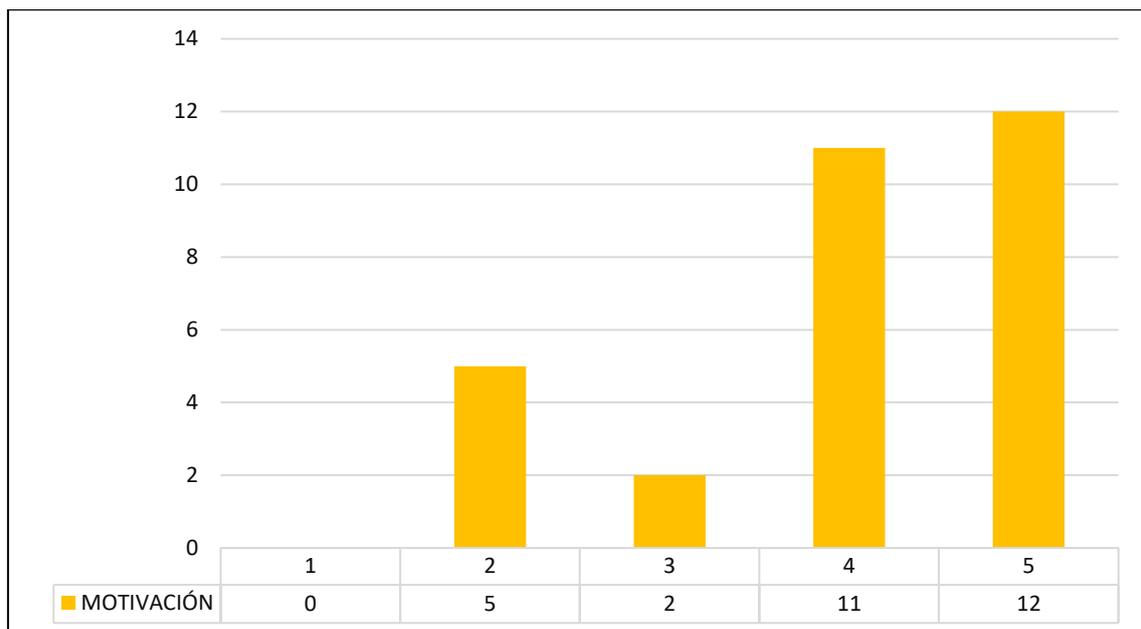
TABLA 13

Variable: Clima Organizacional
Dimensión: Desempeño Organizacional

MOTIVACIÓN

Válidos	30
Perdidos	0

Valoraciones	Frecuencia	Promedio ponderado	Porcentaje acumulado	Resultados
5	12	12,0	12%	60
4	11	11,0	23%	44
3	2	2,0	25%	6
2	5	5,0	30%	10
1	0	0	30%	0
TOTAL	30	30,0		120



Fuente propia

En la tabla 13 de distribución de frecuencia de Motivación el mayor valor que se observa es el 12 el que representa el nivel de escala “Muy Bueno”; los menores valores son 0 y 2 que representan “Malo” y “Regular”, respectivamente. Los valores intermedios, son 5 y 11 que representa el nivel “Deficiente” y nivel “Bueno” de la escala.

En conclusión, el valor promedio general sobre la apreciación de Motivación, relacionada al cuadro 13 fue de $X=4$, que representa el nivel “Medio - Bueno”.

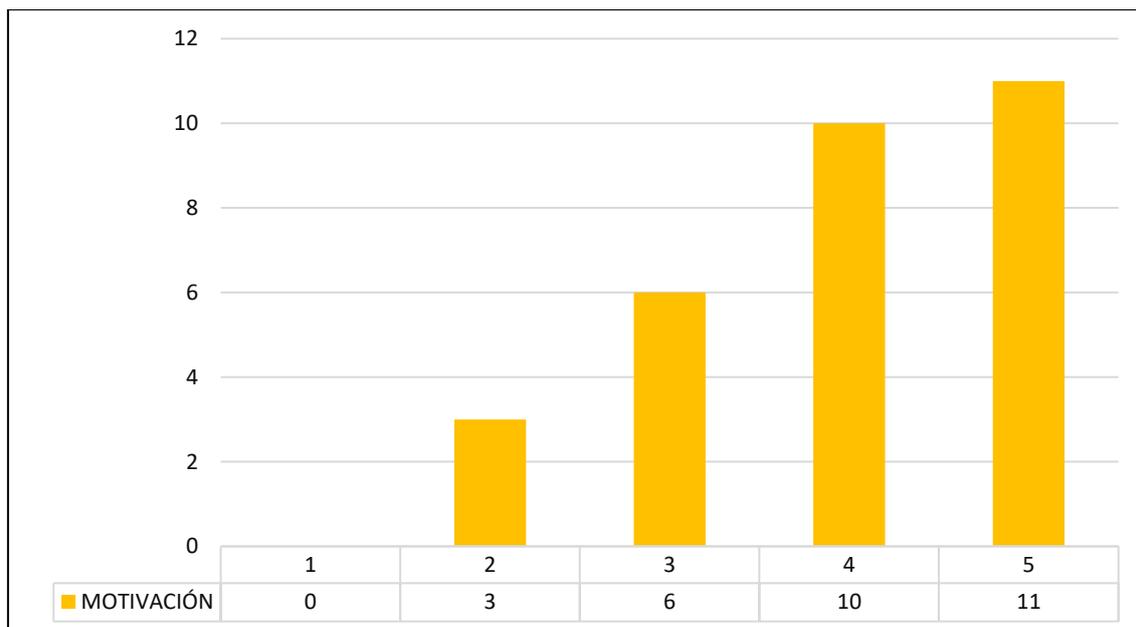
TABLA 14

Variable: Clima Organizacional
Dimensión: Desempeño Organizacional

MOTIVACIÓN

Válidos	30
Perdidos	0

Valoraciones	Frecuencia	Promedio ponderado	Porcentaje acumulado	Resultados
5	11	11,0	11%	55
4	10	10,0	21%	40
3	6	6,0	27%	18
2	3	3,0	30%	6
1	0	0	30%	0
TOTAL	30	30,0		119



Fuente propia

En la tabla 14 de distribución de frecuencia de Motivación el mayor valor que se observa es el 11 el que representa el nivel de escala “Muy Bueno”; los menores valores son 0 y 3 que representan “Malo” y “Deficiente”, respectivamente. Los valores intermedios, son 6 y 10 que representa el nivel “Regular” y nivel “Bueno” de la escala.

En conclusión, el valor promedio general sobre la apreciación de Motivación, relacionada al cuadro 14 fue de **X= 3.96**, que representa el nivel **“Medio - Bueno”**.

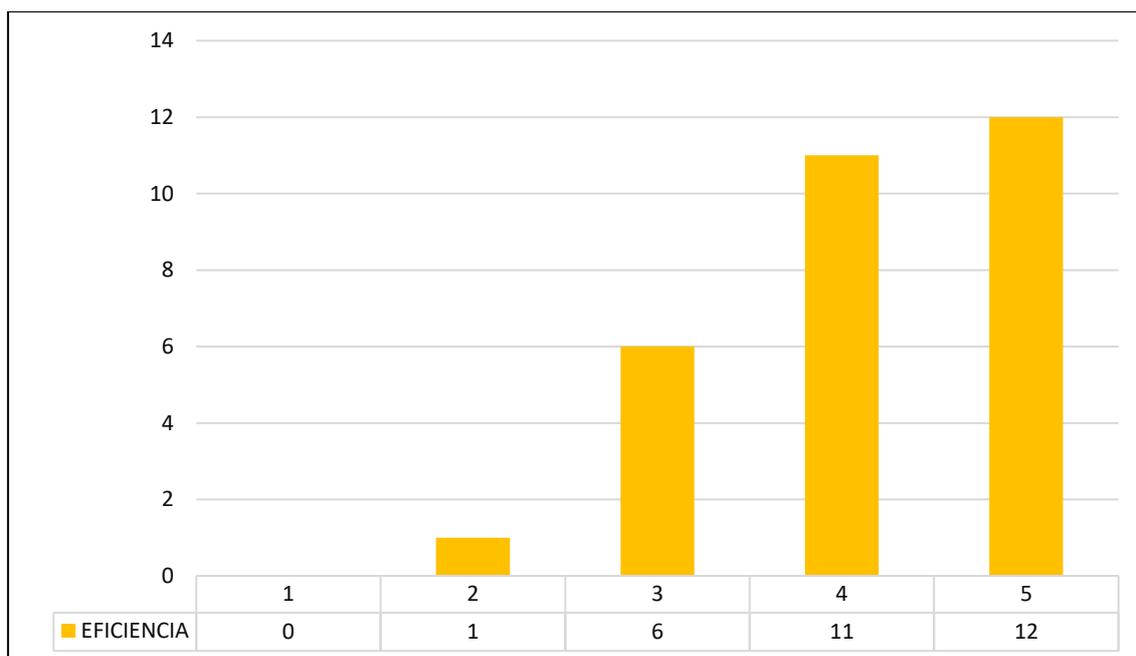
TABLA 15

Variable: Clima Organizacional
Dimensión: Desempeño Organizacional

EFICIENCIA

Válidos	30
Perdidos	0

Valoraciones	Frecuencia	Promedio ponderado	Porcentaje acumulado	Resultados
5	12	12,0	12%	60
4	11	11,0	23%	44
3	6	6,0	29%	18
2	1	1,0	30%	2
1	0	0	30%	0
TOTAL	30	30,0		124



Fuente propia

En la tabla 15 de distribución de frecuencia de Eficiencia el mayor valor que se observa es el 12 el que representa el nivel de escala “Muy Bueno”; los menores valores son 0 y 1 que representan “Malo” y “Deficiente”, respectivamente. Los valores intermedios, son 6 y 11 que representa el nivel “Regular” y nivel “Bueno” de la escala.

En conclusión, el valor promedio general sobre la apreciación de Eficiencia, relacionada al cuadro 15 fue de **X= 4.13**, que representa el nivel “Alto - Bueno”.

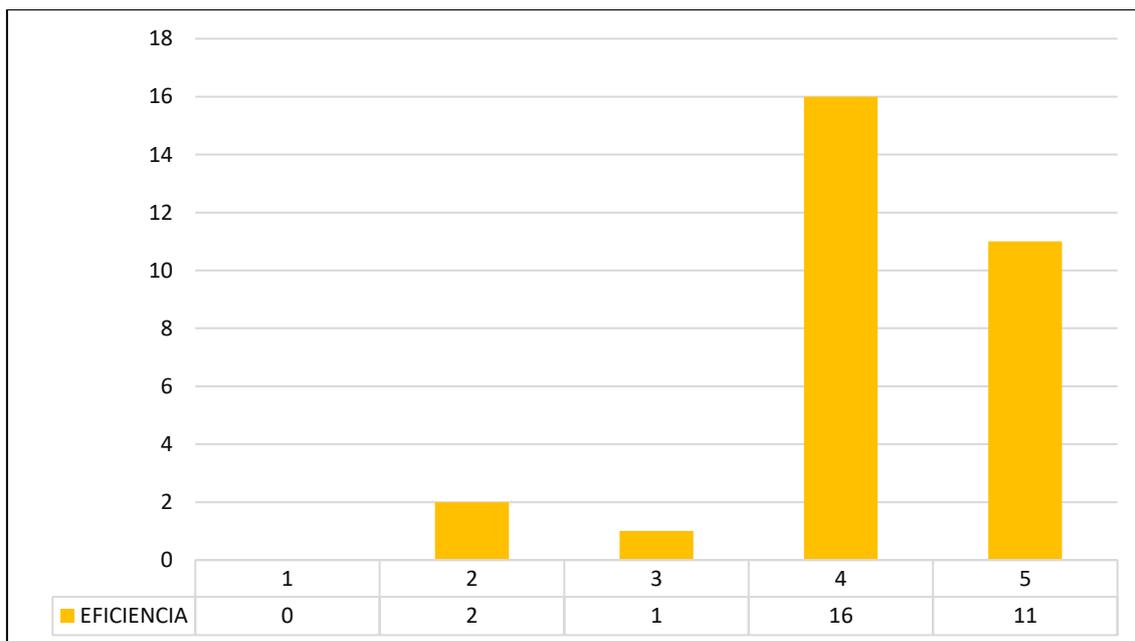
TABLA 16

Variable: Clima Organizacional
Dimensión: Desempeño Organizacional

EFICIENCIA

Válidos	30
Perdidos	0

Valoraciones	Frecuencia	Promedio ponderado	Porcentaje acumulado	Resultados
5	11	11,0	11%	55
4	16	16,0	27%	64
3	1	1,0	28%	3
2	2	2,0	30%	4
1	0	0	30%	0
TOTAL	30	30,0		126



Fuente propia

En la tabla 16 de distribución de frecuencia de Eficiencia el mayor valor que se observa es el 16 el que representa el nivel de escala “Bueno”; los menores valores son 0 y 1 que representan “Malo” y “Regular”, respectivamente. Los valores intermedios, son 2 y 11 que representa el nivel “Deficiente” y nivel “Muy Bueno” de la escala.

En conclusión, el valor promedio general sobre la apreciación de Eficiencia, relacionada al cuadro 16 fue de **X= 4.20**, que representa el nivel “Alto - Bueno”.

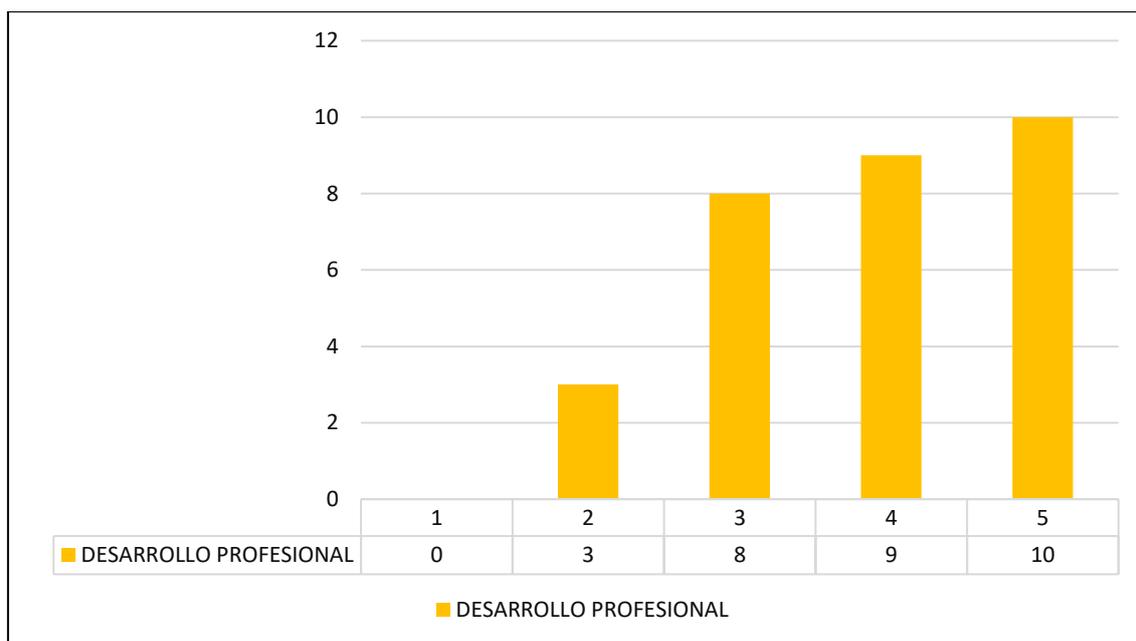
TABLA 17

Variable: Clima Organizacional
Dimensión: Desempeño Organizacional

DESARROLLO PROFESIONAL

Válidos	30
Perdidos	0

Valoraciones	Frecuencia	Promedio ponderado	Porcentaje acumulado	Resultados
5	10	10,0	10%	50
4	9	9,0	19%	36
3	8	8,0	27%	24
2	3	3,0	30%	6
1	0	0	30%	0
TOTAL	30	30,0		116



Fuente propia

En la tabla 17 de distribución de frecuencia de Desarrollo Profesional el mayor valor que se observa es el 10 el que representa el nivel de escala “Muy Bueno”; los menores valores son 0 y 3 que representan “Malo” y “Deficiente”, respectivamente. Los valores intermedios, son 8 y 9 que representa el nivel “Regular” y nivel “Bueno” de la escala.

En conclusión, el valor promedio general sobre la apreciación de Desarrollo Profesional, relacionada al cuadro 17 fue de **X= 3.86**, que representa el nivel “**Bajo - Bueno**”.

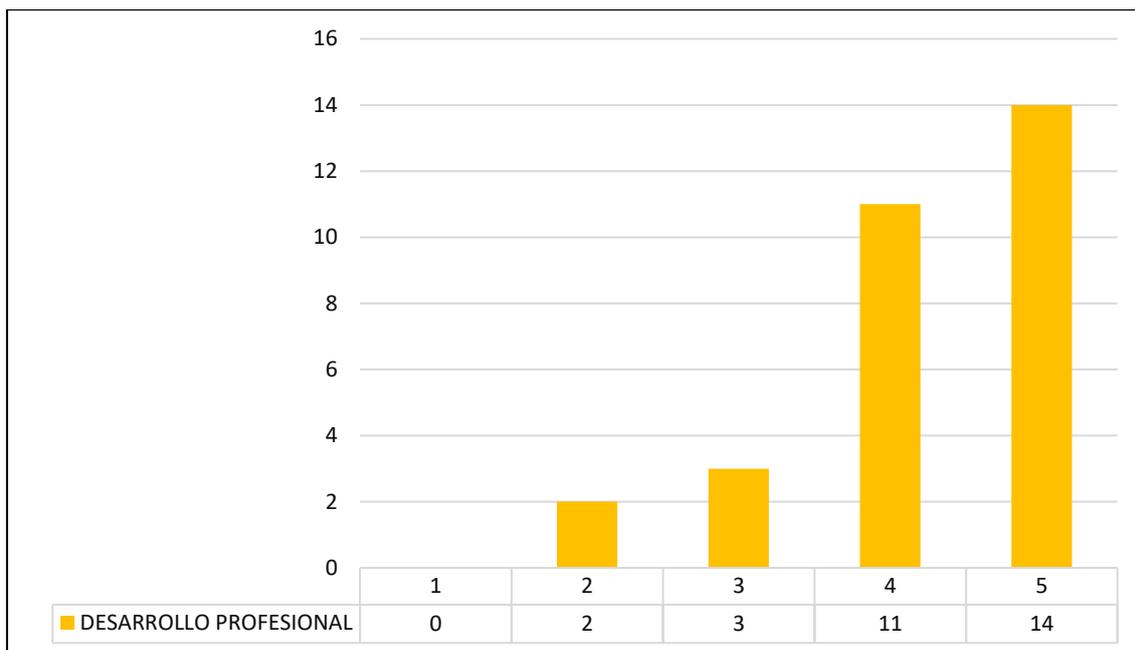
TABLA 18

Variable: Clima Organizacional
Dimensión: Desempeño Organizacional

DESARROLLO PROFESIONAL

Válidos	30
Perdidos	0

Valoraciones	Frecuencia	Promedio ponderado	Porcentaje acumulado	Resultados
5	14	14,0	14%	70
4	11	11,0	25%	44
3	3	3,0	28%	9
2	2	2,0	30%	4
1	0	0	30%	0
TOTAL	30	30,0		127



Fuente propia

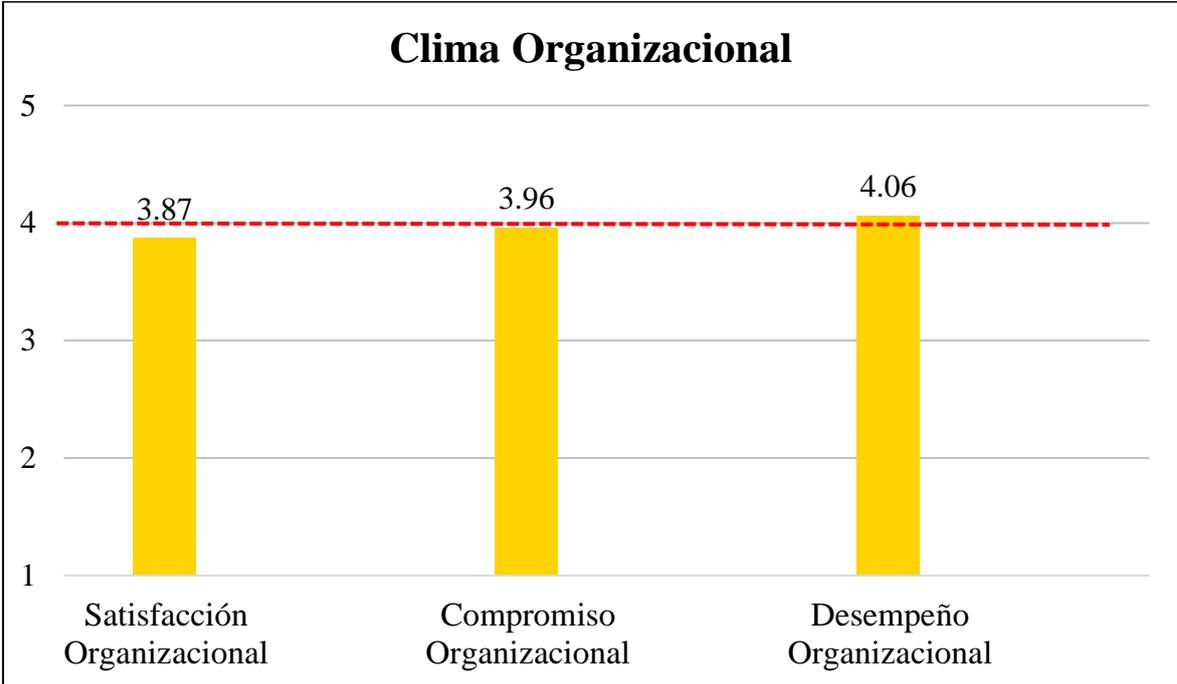
En la tabla 18 de distribución de frecuencia de Desarrollo Profesional, el mayor valor que se observa es el 14 el que representa el nivel de escala “Muy Bueno”; los menores valores son 0 y 2 que representan “Malo” y “Deficiente”, respectivamente. Los valores intermedios, son 3 y 11 que representa el nivel “Regular” y nivel “Bueno” de la escala.

En conclusión, el valor promedio general sobre la apreciación de Desarrollo Profesional, relacionada al cuadro 18 fue de **X= 4.23**, que representa el nivel “**Alto - Bueno**”.

RESUMEN GENERAL
VARIABLE: CLIMA ORGANIZACIONAL

Satisfacción Organizacional	Promedio ponderado	Porcentaje
Recompensa	3.92	78%
Orgullo	3.74	75%
Sentido de Pertenencia	3.97	79%
X=	3.87	77.4%
Compromiso Organizacional	Promedio ponderado	Porcentaje
Productividad	3.93	79%
Trabajo en equipo	3.97	79%
Actitudes	3.99	80%
X=	3.96	79%
Desempeño Organizacional	Promedio ponderado	Porcentaje
Motivación	3.98	80%
Eficiencia	4.17	83%
Desarrollo Profesional	4.05	81%
X=	4.06	81.2%
	X= 3.96	79.2%

X= 3.96



*Fuente propia

Interpretación:

La figura, muestra los resultados de apreciación del nivel de Clima Organizacional en la Gerencia Corporativa de Gestión de Talento de Prosegur Cash Perú después de la apreciación del cuestionario, el valor alto es de **X= 4.06** que pertenece al nivel “**Medio – Bueno**”, que corresponde a la dimensión **Desempeño Organizacional**, el valor intermedio equivale a **X= 3.96**, que pertenece al nivel “**Medio – Bueno**”, correspondiente a la dimensión **Compromiso Organizacional** y el valor bajo es de **X= 3.87**, nivel “**Bajo – Bueno**”, que corresponde a la dimensión **Satisfacción Organizacional**.

En conclusión, el promedio general de la Variable Clima Organizacional es de **X= 3.96** que pertenece al nivel regular con un **79.2%**

5.2 Contrastación de hipótesis y de variables

De lo de aquí desarrollado en la presente investigación, con la información expuesta y la información estadística presentada en capítulo (V) y de la encuesta o cuestionario aplicado (Adjunto en anexos), y de la técnica de observación, se ha demostrado las hipótesis planteadas al inicio del trabajo como respuesta tentativa a la presente investigación.

El análisis y contrastación de las variables independiente **CLIMA ORGANIZACIONAL** y sus respectivas dimensiones correspondientes a las hipótesis objeto de la presente tesis, permitió determinar lo siguiente:

➤ **HIPÓTESIS GENERAL:**

Los resultados de análisis concluyen que existe evidencia significativa para afirmar que el **Clima Organizacional** se relaciona con los colaboradores de PROSEGUR CASH PERÚ, y se ubica con un promedio porcentual de **79.2%**, con un promedio general del **X= 3.96**, que representa una alta asociación. Estos resultados nos permitieron determinar el proceso de contratación de la hipótesis general postulada.

Esto quiere decir que los colaboradores de la Compañía, se sienten identificados con el Clima Organizacional que se vive en la empresa.

Ivancevich (2006), señala que:

El **clima organizacional** es el estudio de los comportamientos, actitudes y desempeño humano en un entorno organizacional; implica basarse en teorías, métodos y principios extraídos de disciplinas como la psicología, sociología y antropología cultural para aprender sobre percepciones, valores, capacidades de aprendizaje y acciones individuales mientras se trabaja en grupos y dentro de la organización en su conjunto, así como analizar el efecto del ambiente externo en la organización en sus recursos humanos, misiones, objetivos y estrategia. (p.121)

El autor considera que el Clima Organizacional, es el medio ambiente donde se relacionan los colaboradores en su día a día y comparten vivencias, de las cuales pueden aprender en el que se desenvuelven.

En este caso, los colaboradores de Prosegur Cash Perú, se identificaron con el Clima Organizacional de la empresa por los altos índices de respuesta positiva encontrados. Por tanto, existe evidencia significativa que PROSEGUR CASH PERÚ, refleja colaboradores satisfechos organizacionalmente. **Ambos se relacionan positivamente.**

➤ **HIPÓTESIS ESPECÍFICA (1)**

Los resultados de análisis concluyen que existe evidencia significativa para afirmar que el **Clima Organizacional** se relaciona con la **Satisfacción Organizacional** de PROSEGUR CASH PERÚ, y se ubica con un promedio porcentual de **77.4%**.

(Hipótesis general H1) con un promedio general del **X= 3.87**, que representa una moderada asociación. Estos resultados nos permitieron determinar el proceso de contratación de la hipótesis general postulada.

Landy & Conte (2005) indican que:

La **satisfacción laboral** es una actitud positiva, estado emocional de la persona que resulta de la valoración del trabajo o de la experiencia laboral. Asimismo, la satisfacción es el resultado de las características intrínsecas del puesto de trabajo, determinando con ello que dichos factores satisfacen las necesidades de motivación. (p.69)

El autor considera importante el hecho de prestar atención al bienestar del colaborador en la organización, pues considera que de esto dependerá el buen cumplimiento de sus funciones; tal y como fue hallado en la investigación. La importancia de la existencia de la Satisfacción Organizacional, radica en que de esta manera se obtendrá colaboradores más eficientes.

En este caso, en Prosegur Cash Perú, se identificó presencia de Satisfacción Organizacional por los altos índices de respuesta positiva. Por tanto, existe evidencia significativa que PROSEGUR CASH PERÚ, refleja colaboradores satisfechos organizacionalmente. **Se relacionan positivamente.**

➤ **HIPÓTESIS ESPECÍFICA (2)**

Los resultados de análisis concluyen que existe evidencia significativa para afirmar que el **Clima Organizacional** se relaciona con el **Compromiso Organizacional** de PROSEGUR CASH PERÚ, y se ubica con un promedio porcentual de **79%**.

(Hipótesis general H2) con un promedio general del **X= 3.96**, que representa una moderada asociación. Estos resultados nos permitieron determinar el proceso de contratación de la hipótesis general postulada.

Luthans (2008) define al **compromiso organizacional** como:

La entrega y responsabilidad del trabajador con su empresa para que desarrolle un trabajo óptimo además de las estrategias que la empresa realice para fomentar el compromiso promoviendo un espacio de trabajo estimulante. (p.73)

El autor considera que el Compromiso Organizacional, debe ser promovido por las empresas, ya que de esta manera implican a los colaboradores a sentirse uno con la empresa, haciéndolos sentir importantes y empoderándolos en la idea de que afectarán de manera positiva a la empresa. La importancia de la existencia del Compromiso Organizacional, radica en que de esta manera se obtendrá colaboradores más empoderados con la organización.

En este caso, en Prosegur Cash Perú, se identificó presencia de Compromiso Organizacional por los altos índices de respuesta positiva. Por tanto, existe evidencia significativa que PROSEGUR CASH PERÚ, refleja colaboradores satisfechos organizacionalmente. **Se relacionan positivamente.**

➤ **HIPÓTESIS ESPECÍFICA (3)**

Los resultados de análisis concluyen que existe evidencia significativa para afirmar que el **Clima Organizacional** se relaciona con el **Desempeño Organizacional** de PROSEGUR CASH PERÚ, y se ubica con un promedio porcentual de **81.2%**.

(Hipótesis general H3) con un promedio general del **X= 4.06**, que representa una moderada asociación. Estos resultados nos permitieron determinar el proceso de contratación de la hipótesis general postulada.

Uzcategui, J. (2011), lo define como:

El rendimiento laboral ejecutado por el colaborador, evidenciando cada una de sus capacidades y habilidades, lo que le permite realizar sus actividades de manera eficiente, contribuyendo con el cumplimiento de cada uno de los objetivos planteados en una primera instancia por la empresa. (p.87)

El autor considera que el **Desempeño Organizacional**, debe ser promovido por las empresas, ya que está muy relacionado al cumplimiento de metas y logro de objetivos, no solo del colaborador, ni de un área, sino de la Compañía en general. La importancia de la existencia de un buen Desempeño Organizacional, radica en que de esta manera se obtendrá colaboradores que rindan más y mejor respecto a sus responsabilidades con la organización.

En este caso, en Prosegur Cash Perú, se identificó presencia de Desempeño Organizacional por los altos índices de respuesta positiva. Por tanto, existe evidencia significativa que PROSEGUR CASH PERÚ, refleja colaboradores satisfechos organizacionalmente. **Se relacionan positivamente.**

CAPÍTULO VI

DISCUSIÓN

6.1. Discusión de resultados

En esta parte del capítulo se encuentra el análisis de discusión de los resultados obtenidos a partir de la aplicación del instrumento de medición elaborado, con el propósito de contrastar el presente estudio. Este instrumento sirvió para luego presentar los resultados obtenidos por medio de la aplicación del instrumento (ANEXO 1).

Con el propósito de contrastar el presente estudio, se realiza la siguiente discusión de resultados relacionados a el CLIMA ORGANIZACIONAL de la Gerencia de Gestión de Talento, de la empresa Prosegur Cash Perú.

1. Dimensión Satisfacción Organizacional

En referencia a los resultados descriptivos de investigación de la dimensión **Satisfacción Organizacional** (Tabla 1, 2, 3, 4, 5 y 6), donde se muestra la distribución de los promedios ponderados y los correspondientes valores porcentuales de los respectivos índices el **Clima Organizacional**. El mayor valor es **X = 3.97** que corresponde a **Sentido de Pertenencia**, el valor bajo de **X = 3.74** que corresponde a **Orgullo**, y el valor medio es de **X = 3.92** que corresponde a **Recompensa**. En conclusión, el promedio general de **SATISFACCIÓN ORGANIZACIONAL** está determinado por el valor **X = 3.87**, con un valor porcentual de **77.4%**.

2. Dimensión Compromiso Organizacional

En referencia a los resultados descriptivos de investigación de la dimensión **Compromiso Organizacional** (Tabla 7, 8, 9, 10, 11 y 12), donde se muestra la distribución de los promedios ponderados y los correspondientes valores porcentuales de los respectivos índices el **Clima Organizacional**. El mayor valor es **X = 3.99** que corresponde a **Actitudes**, el valor bajo de **X = 3.93** que corresponde a **Productividad**, y el valor medio es de **X = 3.97** que corresponde a **Trabajo en Equipo**. En conclusión, el promedio general de **COMPROMISO ORGANIZACIONAL** está determinado por el valor **X = 3.96**, con un valor porcentual de **79%**.

3. Dimensión Desempeño Organizacional

En referencia a los resultados descriptivos de investigación de la dimensión **Desempeño Organizacional** (Tabla 13, 14, 15, 16, 17 y 18), donde se muestra la distribución de los promedios ponderados y los correspondientes valores porcentuales de los respectivos índices el **Clima Organizacional**. El mayor valor es **X = 4.17** que corresponde a **Eficiencia**, el valor bajo de **X = 3.98** que corresponde a **Motivación** y el valor medio es de **X = 4.05** que corresponde a **Desarrollo Profesional**. En conclusión, el promedio general de **DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL** está determinado por el valor **X = 4.06**, con un valor porcentual de **81,2%**.

Como conclusión general, el promedio general del nivel de **Clima Organizacional** es de **X = 3.96** con un porcentaje de **79.2%**

6.2. Conclusiones

Luego de haber realizado el análisis de la información obtenida como resultado de la aplicación de diversas herramientas de recolección de datos, durante el proceso investigativo llevado a cabo en la empresa objeto de estudio, se pudo concluir.

Conclusión general

El Clima Organizacional es un factor presente en toda organización, sin importar su tamaño, número de colaboradores o rubro; y es tan vital para su sostenibilidad como sus colaboradores. El Clima, comprende todo lo que rodea y envuelve el día a día en la organización. Y a su vez, esto, comprende un conjunto de factores, tales como costumbres, tolerancia y una serie de valores y actitudes que salen a flote en la convivencia diaria. Por todo lo previamente investigado, se puede afirmar que el Clima Organizacional de Prosegur Cash Perú esta presenta y juega un papel trascendental para con sus colaboradores. Los resultados de análisis concluyen que existe evidencia significativa para afirmar que existe relación del Clima Organizacional con los colaboradores, ya que se obtuvo un promedio porcentual de 79.2%.

Conclusiones específicas

Concordante con la conclusión general presentamos las siguientes conclusiones específicas:

- La **Satisfacción Organizacional**, es el instrumento que mide cuan alegre y en bienestar se siente un colaborador en la empresa, esta representa su estado de ánimo al cumplir sus funciones, y a la larga determinará un buen desempeño organizacional. Los resultados de análisis concluyen que existe evidencia significativa para afirmar que existe relación de la Satisfacción Organizacional de 77.4 % y con un promedio general del **X= 3.87%**.
- El **Compromiso Organizacional**, es la capacidad que una empresa posee para generar un punto de motivación en un colaborador, que éste sienta, no solo que es parte de la organización, sino que sus decisiones son importantes para esta y que se sienta empoderado con su crecimiento personal y el de la Compañía. Los resultados de análisis concluyen que existe evidencia significativa para afirmar que existe relación de la Compromiso Organizacional con el Clima Organizacional de Prosegur Cash Perú con un promedio porcentual de 79% con un promedio general del **X= 3.96%**.

- El **Desempeño Organizacional**, son las acciones que el colaborador pueda generar en la compañía que lo lleven a la eficiencia y el cumplimiento de sus funciones y objetivos, no solo personales o de área, sino de toda la organización en conjunto. Los resultados de análisis concluyen que existe evidencia significativa para afirmar que existe relación del Desempeño Organizacional con el Clima Organizacional de Prosegur Cash Perú con un promedio porcentual de **81.2%** con un promedio general del **X= 4.06%**. El Desempeño Organizacional de Prosegur Cash Perú se ve reflejado en las respuestas positivas de sus colaboradores.

6.3. Recomendaciones

Los resultados de la investigación demostraron que existe una evidencia significativa del Clima Organizacional de Prosegur Cash Perú con sus colaboradores; sin embargo, nos permiten presentar las siguientes recomendaciones que contribuirán en el desarrollo de la excelencia del involucramiento con sus 3 dimensiones (Satisfacción, Compromiso y Desempeño Organizacional).

- La empresa debe fomentar la propagación de empleados satisfechos organizacionalmente, si bien es cierto, hay presencia de ellos, sería bueno que sea más protagonista. Se sugiere que el departamento de comunicaciones realice encuestas o focus group con personajes líderes de opinión entre la organización y se indaguen observaciones o puntos a favor para los colaboradores, y que ellos propongan ítems que los hagan sentirse más satisfechos en su trabajo día a día.
- Fomentar el Compromiso Organizacional es una pieza fundamental a la hora de elaborar un plan de Clima y Cultura. Se sugiere que mediante una estrategia power de comunicaciones internas, se cree un sistema para afianzar a los colaboradores con la organización, y de esta manera hacer que se inmiscuyan más en ésta y puedan ser voceros.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Referencias de Libros:

Amorós, E (2007). *Comportamiento organizacional: en busca del desarrollo de ventajas competitivas*. Lambayeque: Editorial Universidad Católica Santo Toribio Mogrovejo.

Bustos y Miranda. (2001). *Clima Organizacional*. Madrid: Santiago Lautaro

Chiavenato, I. (2000), *Administración de Recursos Humanos*, 5ta. Ed. Medellín: McGraw. Hill.

Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos, el capital humano de las organizaciones*. México D.F.: Mc Graw Hill.

Chiavenato, I. (2009). *Clima laboral*. Medellín: Mc Grawhill

Davis K. y Newstrom J. (1991). *Comportamiento humano en el trabajo*. México D.F.: Mc Graw Hill

Fernández P. y Díaz S. (2002). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. Madrid: La Coruña.

Illescas, W. (1995). *Cómo planear las Relaciones Públicas. Conocimientos teórico-prácticos para accionar en la política social e institucional de las organizaciones modernas*. Buenos Aires: Ediciones Macchi.

Ivancevich, M. J. (2006). *Comportamiento Organizacional*. México D.F.: McGraw-Hill.

Grunig y Hunt. (2000). *Paradigms of global Public Relations an age of digitalization*. Maryland: Universidad de Maryland.

Landy, F. & Conte, J. (2005). *Psicología Industrial: Introducción a la Psicología Industrial y Organizacional*. 1ª ed. México D.F.: Mc Graw Hill.

Litwin, G. & Stringer, R. (1968). *Motivation and Organizational Climate*. Boston: Division of Research Graduate School of Bussiness Administration Harvard University

Luthans F. (2008) *Comportamiento Organizacional*. México D. F.: Mc Graw Hill / Interamericana Editores S. A. de C.V.

Marín A. (1997). *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*. Barcelona: Bosch

Noboa A. (2015). *Especificidades del clima organizacional en las instituciones de salud*. Asunción: Universidad de la República de Uruguay

Robbins, S. (1998). *Comportamiento Organizacional*. México D. F.: Prentice Hall, Octava edición.

Robbins S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México D.F.: Pearson Education

Rojas, R. (2013). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México D.F: Plaza y Valdés Editores.

Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill-Building* New York: John Wiley & Sons.

Uzcategui, J. (2011), *Recursos humanos. Gestión del talento humano*. (2° Ed). México D.F.: Mc Graw Hill.

Xifra, J. (2010). *Relaciones Públicas, empresa y sociedad una aproximación ética*. Madrid: Editorial UOC.

Tesis:

Chuquihuaccha L. (2018). *Clima Organizacional y su impacto en el nivel de Satisfacción Laboral de los trabajadores del Ingemmet*. (Tesis de Postgrado). Lima: Universidad de San Martín de Porres.

Muñoz, A. (1990). *Satisfacción e insatisfacción en el trabajo*. (Tesis doctoral inédita). Madrid: Facultad de Psicología, Universidad Complutense de Madrid.

Pelaes, O. (2010). Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos. (Tesis de Doctorado). Lima: Universidad Mayor de San Marcos. Recuperado de: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/1140/Pelaez_lo%282%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Quiñones E. (2017). Relación de la Comunicación Interna en el Clima Organizacional en la Gerencia de Producción Griferías de la Empresa Vsi Industrial. (Tesis de Pregrado). Lima: Universidad de San Martín de Porres.

Artículos:

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. Recuperado de: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Raffino M. (2018). Cómo citar: Investigación No Experimental. Recuperado de: <https://concepto.de/investigacion-no-experimental/>

Referencia web:

Gonçalves, A. (1997). Dimensiones del Clima Organizacional. Extraído el 9 de enero de 2009. Recuperado de: www.calidad.org/articles/dec97/2dec97.htm

Infocapitalhumano. (2019). Recursos Humanos, el portal del Capital Humano | Guía empresas recursos humanos Perú. Recuperado de: <http://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/noticias-y-movidas/satisfaccion-laboral-el-76-de-peruanos-no-es-feliz-en-su-trabajo/>

Martini, N. (1998). Visible en: Rrppnetcomar. Recuperado de: <http://www.rrppnet.com.ar/defrpp.htm>

Redacción Perú21. (2018). Peru21. Recuperado de: <https://peru21.pe/peru/86-trabajadores-renunciaria-mal-clima-laboral-encuesta-aptitus-422589>

Roastbriefcommx. (2018). Roastbrief. Recuperado de:
<https://www.roastbrief.com.mx/2015/08/poder-las-relaciones-publicas/>

Revistas

Forehand, G. y Gilmer, v. B. (1964): Variación ambiental en estudios de comportamiento organizacional. Boletín Psicológico. Ed. III

ANEXOS

ANEXO 1 – CUESTIONARIO VALORATIVO

Presentación:

Buenas tardes, mi nombre es Fátima Mendoza Suárez, soy estudiante de 10mo ciclo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres, y deseo contar con su apoyo en el llenado de este cuestionario.

Instrucciones: A continuación, encontrará una lista de expresiones que pretende medir el Clima Organizacional de Prosegur Cash Perú.

Los enunciados están referidos a cómo actúa, percibe, o siente usted, como parte de la organización. Por favor, lea con atención y cuidado cada expresión y marque con una equis (X) en la alternativa que mejor se adecue a su criterio, según la siguiente clave: Valorar cada pregunta de 1 a 5 según el nivel de acuerdo con la afirmación: 5 muy bueno/ a 1 malo.

REACTIVOS			VALORACIÓN					
N°			1	2	3	4	5	
		SATISFACCIÓN ORGANIZACIONAL						
1	CLIMA ORGANIZACIONAL	¿Ha recibido en los últimos 6 meses algún bono por trabajar bien en la organización?						
2		¿Considera que recibe una justa retribución económica de acuerdo al estándar?						
3		¿Cuándo ve lo que se logra en la organización, se siente orgulloso?						
4		¿Se siente orgulloso de pertenecer a la organización?						
5		¿Si le ofrecen trabajo en otra organización con los mismos beneficios, aceptaría?						
6		¿Desea trabajar aquí por mucho tiempo?						
			COMPROMISO ORGANIZACIONAL					
7		¿Se siente comprometido con las actividades que realiza dentro de la organización?						
8	¿Recibe la formación necesaria para desempeñar correctamente su trabajo?							

9	¿Considera favorable la relación con sus compañeros de área?					
10	¿La tarea de los colaboradores recibe el apoyo permanente de los líderes?					
11	¿Tiene oportunidades para aprender y crecer en este trabajo?					
12	¿Tiene la mejor disposición a resolver algún conflicto presentado en sus funciones diarias en la organización?					
	DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL					
13	¿Ha recibido alguna carta de felicitación en los últimos 6 meses?					
14	¿Lo han invitado a participar de un ascenso en los últimos 8 meses?					
15	¿Cumple los objetivos de su puesto de trabajo?					
16	¿Se compromete a realizar su trabajo aportando calidad en su actuación y en la de su equipo?					
17	¿Se le ofrece capacitación y/o entrenamiento con el objetivo de promover su desarrollo profesional?					
18	¿Los conocimientos adquiridos en las capacitaciones le permiten mejorar su desarrollo dentro de la organización?					

ANEXO 2 – ESCALA DE CALIFICACIÓN

Puntaje (peso)	Índice (clase)	Rango (categoría)	Intervalos
5	A	Muy bueno	19-20
4	B	Bueno	16-18
3	C	Regular	11-15
2	D	Malo	7-10
1	E	Deficiente	0-6

ESCALA INTERPRETATIVA (PUNTAJES E ÍNDICES)

Nivel	E(1)	D(2)	C(3)	B(4)	A(5)
Alto	1.5	2.5	3.5	4.5	
	1.4	2.4	3.4	4.4	5.0
	1.3	2.3	3.3	4.3	4.9
		2.2	3.2	4.2	
Medio	1.2	2.1	3.1	4.1	
		2.0	3.0	4.0	4.8
		1.9	2.9	3.9	
Bajo	1.1	1.8	2.8	3.8	
	1.0	1.7	2.7	3.7	4.7
		1.6	2.6	3.6	4.6

Nota: Para el proceso de interpretación de los puntajes se considera la tabla de interpretación, donde los decimales se ubican en los niveles: bajo, alto y medio.

Capítulo II

ORIGINALITY REPORT

30%
SIMILARITY INDEX

30%
INTERNET SOURCES

0%
PUBLICATIONS

25%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 www.repositorioacademico.usmp.edu.pe **14%**
Internet Source

2 Submitted to Universidad Cesar Vallejo **4%**
Student Paper

3 www.scribd.com **2%**
Internet Source

4 prezi.com **2%**
Internet Source

5 documents.mx **1%**
Internet Source

6 rppnet.com.ar **1%**
Internet Source

7 Submitted to Universidad de artes, ciencias y comunicación UNIACC **1%**
Student Paper

8 www.roastbrief.com.mx **1%**
Internet Source

9 Submitted to Universidad del Norte, Colombia

Student Paper

1%

10

emetrabajo.blogspot.com

Internet Source

1%

11

www.wisis.ufg.edu.sv

Internet Source

1%

12

es.wikipedia.org

Internet Source

1%

13

Submitted to Universidad Católica de Santa María

Student Paper

1%

14

repositorio.upla.edu.pe

Internet Source

1%

15

Submitted to Uniagustiniana

Student Paper

1%

16

cybertesis.unmsm.edu.pe

Internet Source

1%

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 1%

Exclude bibliography

On