

RELACIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN UNA EMPRESA DE TELEVISIÓN POR CABLE

RELATIONSHIP OF ORGANIZATIONAL CLIMATE AND CUSTOMER SATISFACTION IN A CABLE TELEVISION COMPANY

Gabriel Ernesto Borrero Carrasco
gborrero@ucv.edu.pe
Orcid: 0000-0001-5485-9927
Universidad Cesar Vallejo
Piura Perú

Ingrid Estefani Sanchez Garcia
ingridesanchezg@gmail.com
Orcid: 0000 0001 7112 3823
Universidad Cesar Vallejo
Piura Perú

Vanessa del Carmen Agurto Cano
vagurto@ucvvirtual.edu.pe
Orcid: 0000-0002-1410-2046
Universidad César Vallejo
Piura Perú

Edcel Antonio Córdova Acosta
correodelautor@investigación.com
ORCID 0000 -0002-4862-1397
Universidad César Vallejo, Trujillo-Perú

Omar Rivera Calle
orivera@ucv.edu.pe
Orcid: 0000-0002-1199-7526
Universidad César Vallejo
Piura Perú

Recibido: Marzo 21, 2023

Aceptado: Abril 13, 2023

Resumen

El clima organizacional es el entorno humano y físico en el cual se desarrolla el trabajo cotidiano, generando una relación social que influye en la productividad del trabajador y en la satisfacción del cliente. El objetivo de este estudio fue determinar la relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa que provee servicio de televisión por cable, en Perú. Se utilizó un diseño correlacional para probar la hipótesis principal que predecía la relación entre ambas variables. Con este propósito se aplicó la Escala de Clima Organizacional (EDCO) a 20 trabajadores, que representaban la totalidad de la población; asimismo, se administró vía telefónica, un guion de entrevista estructurado, a una muestra de 99 clientes, de un total de 6532, para describir su satisfacción por el servicio recibido. Los resultados indicaron que el nivel de clima organizacional de la empresa se clasificó en un nivel promedio y la satisfacción del cliente en un nivel indiferente, según los baremos de los instrumentos utilizados. Se concluyó que no existe relación directa entre los niveles de clima organizacional y la satisfacción del cliente por el servicio prestado por la empresa.

Palabras clave: Atención al cliente; Calidad de servicio; Clima Organizacional; Satisfacción del cliente.

Abstract

The organizational climate is the human and physical environment in which daily work is carried out, generating a social relationship that influences worker productivity and customer satisfaction. The objective of this study was to determine the relationship between the organizational climate and customer satisfaction in a company that provides cable television service in Peru. A correlational design was used to test the main hypothesis that predicted the relationship between both variables. For this purpose, the Organizational Climate Scale (EDCO) was applied to 20 workers, who represented the entire population; likewise, a structured interview script was administered by telephone to a sample of 99 clients, out of 6532, to describe their satisfaction with the service received. The results indicated that the level of organizational climate of the company was classified at an average level and customer satisfaction at an indifferent level, according to the scales of the instruments used. It was concluded that there is no direct relationship between the levels of organizational climate and customer satisfaction for the service provided by the company.

Keywords: Customer service; Quality of service; Organizational climate; Customer satisfaction.

Introducción

El concepto de clima organizacional ha evolucionado desde las primeras reseñas de ambiente laboral hasta la concepción de calidad de vida laboral, integrando todos los aspectos que comprenden las relaciones en el trabajo. Arbaiza (2014) y Chiavenato (2019) lo definen como el entorno psicológico, físico y social presente en la organización, que determina el comportamiento de sus miembros y en el cual se desarrolla el trabajo como actividad diaria. Está asociado a otras variables como satisfacción, motivación y desempeño laboral; entonces, el clima de una organización se construye con las percepciones de sus miembros y estas le dan sentido a las prácticas y políticas de la empresa.

En este mismo orden de ideas, Lewis (2003) agrega que el clima organizacional es un constructo personalista, constituido por una serie de percepciones globales que tiene el trabajador relacionadas con su organización. Estas percepciones reflejan la interacción entre las características personales del colaborador y las de la organización. Las dimensiones que permiten caracterizar el clima organizacional, están constituidas por los factores que explican este constructo, para esta investigación se consideraron: las relaciones interpersonales, el estilo de dirección, sentido de pertenencia, retribución, disponibilidad de recursos, estabilidad, Dirección Claridad - Coherencia y valores colectivos (Castillo, 2019).

Las relaciones interpersonales son la percepción por parte de los miembros de la empresa acerca de la existencia de un ambiente de trabajo grato y de buenas relaciones sociales tanto entre pares como entre jefes y subordinados. Otro elemento del clima organizacional es la disponibilidad de recursos, una buena disponibilidad de recursos, genera las condiciones que permite a los trabajadores desarrollar todas sus potencialidades y mostrar sus capacidades; en la actualidad los recursos apoyados en la tecnología son de suma importancia (Kotler y Armstrong, 2012). En la empresa Supercable Televisión, la plataforma de servicio se fundamenta en los equipos de tecnología para la atención y comunicación con sus clientes.

El estilo de dirección genera un conjunto de rasgos complejos que conforman la cultura y razón de ser de la empresa; implica los tipos de liderazgo y los grados de participación de todos los miembros de la organización. Está en relación con la claridad y coherencia de la misión, visión, objetivos y procedimientos para alcanzarlos. El sentido de pertenencia es el grado de vinculación que el trabajador tiene con la empresa y esto se traduce en conductas de compromiso y responsabilidad en relación con los objetivos y procesos que se deben ejecutar (Rodríguez, 2006).

En síntesis, el clima organizacional sería la suma de caracte-

rísticas que los trabajadores perciben o experimentan dentro de su entorno laboral y que influyen en su comportamiento dentro de la organización, por lo cual las empresas centran sus estrategias para mantener contentos y cómodos a sus trabajadores, teniendo en cuenta que de ello dependerá la rentabilidad de la empresa.

En consecuencia, el clima organizacional es una variable de gran interés para los investigadores especialistas en el área de la gerencia y la administración, con evidencia empírica sustentada estadísticamente. Al respecto cabe citar autores como Pellaes (2010), Delgado, et al (2006), Evia (2011), Munayco Reátegui (2017), Novoa y Regalado (2018) Phowell y Yactayo (2021) y Méndez y Sigüeñas (2022), entre otros, quienes coinciden en reportar como resultado de sus investigaciones, en diferentes contextos, que existe una relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente, ya que al optimizar el clima organizacional se incrementaba la satisfacción de los clientes.

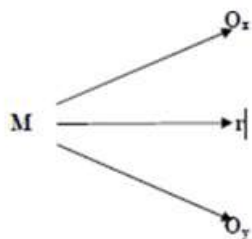
La variable satisfacción al cliente, se entiende como la percepción que tienen las personas que consumen un bien o servicio, la cual está relacionada con el cumplimiento de las propias expectativas. Las expectativas, salvo que se trate de un producto nuevo o desconocido, para el consumidor, serán el reflejo de otras experiencias anteriores en relación a productos o servicios semejante (Kotler y Armstrong 2012).

Sin embargo, esta comparación entre percepciones y expectativas no es sencilla de determinar, ya que se ven influenciadas por la interacción de las percepciones acerca de: (a) Atención al Cliente o Call Center, es la respuesta que obtiene el cliente cuando solicita información de forma presencial o vía telefónica o por los medios digitales; (b) las políticas comerciales son las cláusulas que se convienen, entre la empresa y el usuario, en el contrato de servicio; (c) funcionamiento del servicio, es la calidad del servicio que recibe el usuario; (d) Soporte técnico es la respuesta a la solicitud de instalación, reparación o reposición del servicio, por parte del personal especializado; (e) la facturación (Miranda, et al, 2007)

Con base a este fundamento teórico el estudio se planteó como objetivo: determinar la relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente de una empresa que presta el servicio de televisión por cable en la ciudad de Piura, en Perú.

Método

La investigación utilizó un enfoque cuantitativo, correlacional, con un diseño de campo, transeccional contemporáneo, bi-variable, el cual se diagrama como:



M: muestra, Ox: medición del clima organizacional, Oy: medición de la satisfacción del cliente, r: posible relación entre ambas variables.

Se aplicó un diseño correlacional utilizando el producto - momento de Pearson con un nivel de significancia de 0.05. Por lo tanto, una $p < 0.05$ significa que la hipótesis nula es falsa y una $p > 0.05$ que la hipótesis nula es verdadera.

La población estuvo conformada por los empleados de la oficina Piura de la empresa Supercable Televisión y los clientes de esta sucursal, 20 trabajadores y un total de 6783 clientes respectivamente. Se consideró la totalidad de los empleados a los cuales se les aplicó la Escala de Clima Organizacional. Para determinar la muestra de clientes se utilizó la fórmula de poblaciones finitas y se obtuvo como resultado 99 clientes. Los clientes fueron asignados a los trabajadores por un lapso de cinco días, después de transcurridos se les aplicó un guion de entrevista estructurado, por vía telefónica, para medir la satisfacción por el servicio recibido.

Las técnicas utilizadas fueron la encuesta y la entrevista y los instrumentos una escala y un guion de entrevista. La Escala de Clima Organizacional (EDCO), consta de 40 ítems, con las dimensiones: Relaciones interpersonales, Estilo de dirección, Sentido de pertenencia, Retribución, Disponibilidad de recursos, Estabilidad, Dirección Claridad - Coherencia y Valores colectivos. Su puntaje mínimo es de 40 y un máximo de 200. La calificación se otorga por niveles de acuerdo al siguiente baremo: Bajo de 40 a 93 puntos; Promedio de 94 a 147 puntos; Alto entre 148 y 200 (Acero et al., 2006).

Para la variable satisfacción al cliente el instrumento fue un guion de entrevista, el cual se diseñó para medir las dimensiones: atención al cliente, calidad de servicio, políticas comerciales, soporte técnico y facturación. El puntaje máximo es de 30 puntos y el mínimo de 6. El baremo para la interpretación de los resultados es: Insatisfecho de 6 a 14 puntos; Indiferente de 15 a 22 y Satisfecho de 23 a 30 puntos. La validez de este instrumento se realizó por juicio de expertos y la confiabilidad se obtuvo aplicando el alfa de Cronbach fue de 0,92.

La hipótesis general de la investigación es: Existe relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la empresa Supercable, de manera tal que al aumentar el nivel de clima organizacional aumentarán los niveles de satisfacción de los clientes.

Resultados

Clima Organizacional

Los resultados descriptivos de las dimensiones que componen el clima organizacional se resumen en el gráfico 1.

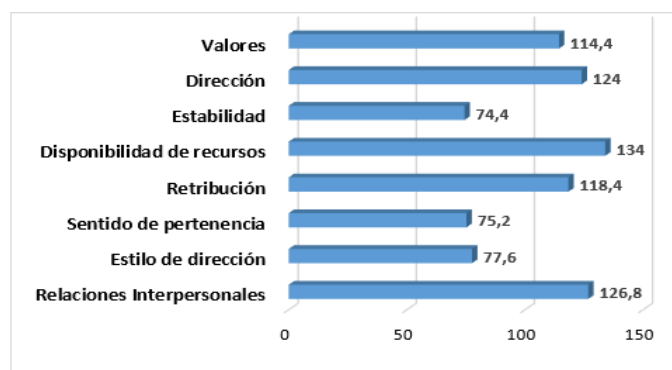


Gráfico 1. Clima Organizacional

En el gráfico 1, se observa que las dimensiones del clima organizacional, en la empresa Supercable Televisión, que presentaron un nivel bajo fueron el estilo de dirección con 77,6; sentido de pertenencia con 75,2 y estabilidad con 74,4. En el nivel promedio se ubicaron las relaciones interpersonales con 126,8; retribución con 118,4; disponibilidad de recursos con 134, claridad y coherencia en la dirección con 124 y valores colectivos con 114,4. No se observa ninguna dimensión en el nivel alto de clima organizacional. Dentro de los valores encontrados la dimensión con el menor valor es estabilidad con 74,4 mientras que el valor más alto lo tiene la dimensión de disponibilidad de recursos con 134.

La media fue de 105,6; ubicando el clima organizacional de la empresa en el nivel promedio.

Satisfacción del cliente

Los resultados descriptivos de la satisfacción del cliente de la empresa Supercable Televisión se presentan en el gráfico 2.

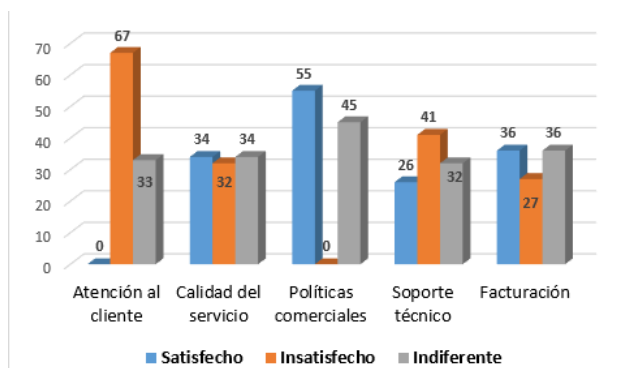


Gráfico 2. Satisfacción del cliente – dimensiones

El gráfico 2 muestra que la atención al cliente registró un 67% de insatisfacción y 33% de indiferencia; para la calidad de servicio un 34% tanto para satisfacción como para indiferencia y el 32% declaran insatisfacción. En la dimensión que hay mayor satisfacción es en políticas comerciales de la empresa, con un 55% y para el 45 es indiferente. El soporte técnico contabilizó 41% de clientes insatisfechos, 26% satisfechos y 32% indiferentes. La facturación emparejó sus valores en satisfacción e indiferencia con un 36% cada uno y 26% de insatisfacción. Cabe resaltar que las dimensiones con mayor cantidad de insatisfacción y por ende de problemas son la atención al cliente y el soporte técnico, seguido por calidad de servicio y la facturación.

El resultado general muestra que la satisfacción del cliente se ubica en el nivel Indiferente.

Resultados de la Correlación

La correlación entre las dimensiones se resume en la tabla 1.

Tabla 1. Correlación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente - Dimensiones

*	Satisfacción atención al cliente o Call Center	Satisfacción políticas Comerciales en contrato	Satisfacción soporte técnico	
Relaciones Interpersonales	Correlación de Pearson	.020	.109	.513
	Sig. (bilateral)	.932	.646	.021
	N	20	20	20
Disponibilidad de Recursos	Correlación de Pearson	-.532	-.470	.147
	Sig. (bilateral)	.016	.037	.535
	N	20	20	20

*Se omitieron las dimensiones que no correlacionan

Se puede determinar que la dimensión de Relaciones Interpersonales se encuentra correlacionada con la Satisfacción del Cliente en cuanto a soporte técnico con un coeficiente de 0.513 que lo hace significativo a un nivel de confianza de 0.05. También existe correlación entre la dimensión de Disponibilidad de Recursos y la satisfacción del cliente en cuanto al servicio recibido en atención personal o call center con un coeficiente de 0.532, lo que es significativo al 0.05. También se reporta la correlación entre la dimensión

Disponibilidad de Recursos y la satisfacción del cliente en cuanto a las políticas comerciales que se encuentran establecidas en el contrato de servicio con un coeficiente de 0.470 que es significativo a un nivel de confianza de 0.05.

Correlación entre las variables

Para la hipótesis general: existe relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la empresa Supercable Televisión. De tal manera que al aumentar el nivel de clima organizacional aumentarán los niveles de satisfacción de los clientes. Los resultados no muestran evidencia de relación significativa ($|r| < 0.3$ y Sig > 0.05); por lo que se rechaza la hipótesis. Como se muestra en los resultados en la tabla 2.

Tabla 2. Correlación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente- Global

	Satisfacción del Cliente	
Clima Organizacional	Correlación de Pearson	.037
	Sig. (bilateral)	.876
	N	20

Discusión

En esta investigación se encontró que no existe relación entre el clima organizacional en la empresa Supercable Televisión y la satisfacción de sus clientes. Estos resultados son contrarios a los reportados por Trujillo (2019) quien reporta la relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente externo de un centro de salud. También Peláez (2010) encontró relación significativa entre clima organizacional y la satisfacción del cliente de una empresa de servicios telefónicos, aun cuando reporta que la dimensión distribución de recursos no correlaciona con la satisfacción del cliente.

En la empresa Supercable Televisión clima organizacional está en un nivel promedio lo que indica que es necesario mejorar esta variable, para generar mejores condiciones laborales para sus trabajadores. Las dimensiones que deben ser atendidas con prioridad según la percepción de los trabajadores son: la estabilidad, la dirección y el sentido de pertenencia. Es conveniente que todas las dimensiones del clima organizacional estén en el nivel adecuado y que haya la motivación suficiente para que los trabajadores desarrollen todo su potencial profesional para que la empresa logre sus objetivos (Rodríguez, 2006).

Al considerar los resultados de la satisfacción del cliente Harris (2001) considera que la satisfacción al cliente es una variable indicadora de la aceptación y el éxito de una empresa, lo cual es fundamental en la competencia en el mercado.

Los resultados obtenidos en la presente investigación determinaron que la satisfacción del cliente se clasifica como indiferente, lo que indica que esta ligeramente por encima del 50%. sin embargo, está en los límites entre la satisfacción y la insatisfacción. Lo más recomendable es que los clientes tengan un nivel satisfacción medio o alto, por consiguiente, se debe atender la modificación de estos resultados. El mayor grado de insatisfacción se ubicó en la atención telefónica y el soporte técnico. La empresa debe solucionar estas deficiencias con mayor capacitación del personal, ya que esto afecta a la satisfacción del cliente por el servicio recibido.

Conclusiones

El clima organizacional en la empresa Supercable Televisión se califica en un nivel promedio, y la satisfacción de sus clientes se ubica en el nivel indiferente.

No existe relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la empresa Supercable Televisión.

Referencias Bibliográficas

- Acero Y., Echeverri, L., Lizarazo S., Quevedo A., Sanabria B. (2006). Escala de Clima Organizacional, Santafé de Bogotá, D.C. Fundación Universitaria Konrad Lorenz.
- Arbaiza, L. (2014). Administración y organización: un enfoque contemporáneo. México: Cengage Learning Editores.
- Castillo, M. (2019). Evaluación De La Satisfacción Al Cliente Interno y El Clima Organizacional. En La Unidad Gestión De Servicios Generales Del Área De Salud Paraíso Cervantes. ICAP.
- Chiavenato, I. (2019). Introducción a la teoría general de la administración. (10ª.ed.) México: Mcgraw-Hill - Interamericana Editores.
- Delgado, A., Bellón, J., Martínez, M., Luna, J., López, L. y Lardelli, P. (2006). Las dimensiones del clima organizacional percibidas por los médicos de familia. Atención Primaria, 37(9), 489–497.
- Evia, I. (2011). Influencia del clima organizacional en el servicio al cliente. Caso: empresa Pasticel de la Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca Oaxaca: Universidad Tecnológica de la Mixteca.
- Harris, J. (2001), Buscar la satisfacción del cliente es buen negocio. Buenos Aires: Sur.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). Marketing. (14a. ed.). México: Pearson Educación.
- Lewis, A. (2003). Test Psicológicos y Evaluación. (11ª ed.). México: Pearson Educación.
- Méndez, B. W. y Sigüeñas, B. E. (2022). Clima organizacional y satisfacción del cliente en el Hotel Aurora, Huaraz, Trabajo de grado. Repositorio Universidad Cesar Vallejo, Perú.
- Miranda, F., Chamorro, A. y Rubio, S. (2007). Introducción a la gestión de la calidad.
- Munayco Reátegui, I.M. (2017). El clima organizacional y su relación con la satisfacción de clientes de una empresa de servicios de comunicación. Trabajo de grado de maestría, en repositorio. Universidad San Martín de Porres, Lima Perú. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2803/munayco_rim.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Novoa, M., y Regalado, T. de J. (2018). Análisis de la relación entre clima laboral y satisfacción del cliente en la empresa Oltursa-Piura y Chiclayo.
- Pelaes, O. (2010) Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónico. Repositorio Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Phowell, D. y Yactayo, A. (2021). Clima organizacional y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa ozonomedica. Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 6(1), 101–123. Disponible: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7941176>
- Rodríguez, D. (2006), Gestión Organizacional: Elementos para su Estudio. Alfa omega - Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Trujillo, W. (2019). Relación del clima organizacional y la satisfacción del cliente externo en el servicio de emergencia del Hospital Tingo María. Repositorio de la Universidad de Huánuco, Perú.