



UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
FINANZAS Y NEGOCIOS GLOBALES

TESIS

“INFLUENCIA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN
LA ATENCIÓN AL USUARIO DEL MINISTERIO PÚBLICO
SEDE LIMA - 2020”

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, FINANZAS Y NEGOCIOS
GLOBALES

AUTOR:

Bach. CUTIPA CHOQUE, EFRAIN IGNACIO

LIMA – PERÚ

2020

ASESOR DE TESIS

Mg. MICHEL JAIME MÉNDEZ ESCOBAR

JURADO EXAMINADOR

Dr. FERNANDO LUIZ TAM WONG
Presidente

Mg. ERNESTO ARCE GUEVARA
Secretario

Mg. FRANCISCO EDUARDO DIAZ ZARATE
Vocal

DEDICATORIA

A Dios, por dotarme de los grandes talentos y sostenerme cuando más lo he necesitado.

A mi familia, que siempre ha estado presente apoyándome en los proyectos que me he propuesto.

A mis amigos y colegas que me han brindado una porción de su conocimiento para la realización de este trabajo.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por las oportunidades que me ha brindado en lo largo de mi vida dotándome de maravillosos talentos.

A mis padres, que se han esforzado por inculcarme buenos valores y principios para ser un hombre de bien.

A mi familia, que siempre me ha apoyado en los proyectos que me he propuesto y brindarme aquello preciado que no se compra ni con dinero: el tiempo.

A la Universidad y a mi asesor que me han brindado el conocimiento necesario para poder desarrollar el presente trabajo de investigación.

RESUMEN

La presente investigación titulada Influencia de la cultura organizacional en la atención al usuario del Ministerio Público Sede Lima, período 2020; con la finalidad que la atención al usuario del Ministerio Público es hacer que la gestión sea eficiente, con el reporte de por los trabajadores del Ministerio Público de Lima, con edades entre los 18 a 60 años, de un total de 50 participantes; siendo la investigación; tipo aplicada, descriptiva y correlacional, mediante un enfoque cuantitativo; el diseño de la investigación es no experimental, correlacional de corte transversal y enfoque cuantitativo, donde se llegaron a las siguientes conclusiones:

Se determinó que existe una relación entre la influencia de la cultura organizacional y la atención al usuario del Ministerio Público – 2020; porque existe un nivel de correlación significativamente fuerte ($r=0.742$), siendo una correlación positiva.

Existe relación entre la influencia de la cultura organizacional y la comunicación en la atención al usuario del Ministerio Público – 2020; porque existe un nivel de correlación significativamente fuerte ($r=0.709$), siendo una correlación positiva.

Se determinó que existe la relación entre la influencia de la cultura organizacional y las técnicas para una comunicación efectiva con el usuario del Ministerio Público – 2020; porque, existe un nivel de correlación significativamente fuerte ($r=0.649$) siendo una correlación positiva.

Existe relación entre influencia de la cultura organizacional y la gestión de los sistemas de la información del Ministerio Público – 2020; porque, existe un nivel de correlación significativamente fuerte ($r=0.680$) siendo una correlación positiva.

Palabras clave: cultura organizacional, atención al cliente.

ABSTRACT

The present investigation titled Influence of the organizational culture in the attention to the client of the Public Ministry Headquarters Lima period 2020; with the purpose that the customer service of the Public Ministry is to make the management efficient, with the report of by the workers of the Public Ministry of Lima, with ages between 18 to 60 years, of a total of 51 participants; being the research; basic, descriptive and correlational type, using a quantitative approach; The research design is non-experimental, cross-sectional correlational and quantitative approach, where the following conclusions were reached:

It was determined that there is a relationship between the influence of the organizational culture and the attention to the user of the Public Ministry - 2020; because there is a significantly strong correlation level ($r = 0.742$), being a positive correlation.

There is a relationship between the influence of the organizational culture and communication in the attention to the user of the Public Ministry - 2020; because, there is a significantly strong correlation level ($r = 0.709$), being a positive correlation.

It was determined that there is a relationship between the influence of the organizational culture and the techniques for effective communication with the user of the Public Ministry - 2020; because, there is a significantly strong correlation level ($r = 0.649$) being a positive correlation.

There is a relationship between the influence of the organizational culture and the management of the information systems of the Public Ministry - 2020; because, there is a significantly strong correlation level ($r = 0.680$) being a positive correlation.

Keywords: Organizational culture, customer service

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|-----------|
| CARÁTULA | i |
| ASESOR DE TESIS..... | ii |
| JURADO EXAMINADOR..... | iii |
| DEDICATORIA | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| RESUMEN | vi |
| ABSTRACT..... | vii |
| ÍNDICE DE CONTENIDO..... | viii |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | xi |
| ÍNDICE DE FIGURAS | xii |
| INTRODUCCIÓN | xiii |
| I. Problema de investigación..... | 15 |
| 1.1. Planteamiento del problema..... | 15 |
| 1.2. Formulación del problema | 18 |
| 1.2.1. Problema general..... | 18 |
| 1.2.2. Problemas específicos..... | 18 |
| 1.3. Justificación del estudio..... | 18 |
| 1.3.1. Justificación teórica..... | 18 |
| 1.3.2. Justificación práctica..... | 18 |
| 1.3.3. Justificación metodológica..... | 19 |
| 1.3.4. Justificación social..... | 19 |
| 1.4. Objetivos de la investigación | 19 |
| 1.4.1. Objetivo general..... | 19 |
| 1.4.2. Objetivos específicos..... | 19 |
| II. MARCO TEÓRICO | 20 |
| 2.1. Antecedentes de la Investigación | 20 |
| 2.1.1. Antecedentes nacionales..... | 20 |
| 2.2.2. Antecedentes internacionales..... | 23 |
| 2.2. Bases teóricas de las variables | 26 |
| 2.2.1. Variable 1: Cultura organizacional..... | 26 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.2. Variable 2: Atención al usuario | 36 |
| 2.3. Definición de términos básicos | 49 |
| III. MARCO METODOLÓGICO..... | 52 |
| 3.1. Hipótesis de la investigación | 52 |
| 3.1.1. Hipótesis general. | 52 |
| 3.1.2. Hipótesis específicas. | 52 |
| 3.2. Variables de estudio | 52 |
| 3.2.1. Definición conceptual..... | 52 |
| 3.2.2. Definición operacional..... | 53 |
| 3.3. Tipo y nivel de la investigación | 53 |
| 3.3.1. Tipo de investigación | 53 |
| 3.4. Diseño de la investigación | 56 |
| 3.4.1. Diseño no experimental | 56 |
| 3.4.2. Enfoque de la investigación | 56 |
| 3.4.3. Corte transversal..... | 56 |
| 3.5. Población y muestra de estudio..... | 57 |
| 3.5.1. Población. | 57 |
| 3.5.2. Muestra censal..... | 58 |
| 3.5.3. Muestreo no probabilístico..... | 58 |
| 3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 58 |
| 3.6.1. Técnicas de recolección de datos..... | 58 |
| 3.6.2. Instrumentos de recolección de datos. | 59 |
| 3.6.3. Escala de Likert | 59 |
| 3.6.4. Validez del instrumento..... | 60 |
| 3.6.5. Confiabilidad del instrumento..... | 60 |
| 3.7. Métodos de Análisis de datos..... | 62 |
| 3.8. Aspectos éticos | 62 |
| IV. RESULTADOS | 63 |
| 4.1. Análisis descriptivo | 63 |
| 4.2. Prueba de Hipótesis | 68 |
| 4.2.1. Prueba de la hipótesis general..... | 68 |
| 4.2.2. Hipótesis específicas | 69 |
| V. DISCUSIÓN | 72 |

| | |
|---|-----------|
| VI. CONCLUSIONES | 73 |
| VII. RECOMENDACIONES..... | 74 |
| REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS | 75 |
| ANEXOS | 80 |
| Anexo 1: Matriz de consistencia | 81 |
| Anexo 2: Matriz de operacionalización | 82 |
| Anexo 3: Instrumento..... | 84 |
| Anexo 4: Validación de instrumento..... | 86 |
| Anexo 5: Matriz de datos | 90 |
| Anexo 6: Propuesta de valor..... | 93 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|-----------|--|----|
| Tabla 1. | Valores de la prueba de correlación de Rho Spearman | 55 |
| Tabla 2. | Escala de Likert..... | 59 |
| Tabla 3. | Resultados de la validación de expertos en la variable independiente Cultura Organizacional y la variable dependiente Atención al Usuario | 60 |
| Tabla 4. | Nivel de confiabilidad de la variable Cultura Organizacional | 61 |
| Tabla 5. | Nivel de confiabilidad de la variable Atención al Usuario | 61 |
| Tabla 6. | Escala de interpretación de la confiabilidad | 62 |
| Tabla 7. | Niveles de variable de Cultura Organizacional | 63 |
| Tabla 8. | Niveles de variable de Atención al Usuario | 64 |
| Tabla 9. | Niveles de Comunicación en la atención al usuario | 65 |
| Tabla 10. | Niveles de Técnicas para una comunicación efectiva | 66 |
| Tabla 11. | Niveles de Gestión de los sistemas de información | 67 |
| Tabla 12. | Niveles de correlación y significancia de Cultura Organizacional y Atención al Usuario | 68 |
| Tabla 13. | Niveles de correlación y significancia de Cultura Organizacional y la Comunicación en la atención al usuario | 69 |
| Tabla 14. | Niveles de correlación y significancia de Cultura Organizacional y las Técnicas para la comunicación efectiva | 70 |
| Tabla 15. | Niveles de correlación y significancia de Cultura Organizacional y la Gestión de los sistemas de información | 71 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1. Proceso de Comunicación | 43 |
| Figura 2. Comunicación Interna | 44 |
| Figura 3. Características de la Comunicación Formal..... | 45 |
| Figura 4. Elementos de una base de datos..... | 48 |
| Figura 5. Niveles de Cultura Organizacional | 63 |
| Figura 6. Niveles de Atención al Usuario | 64 |
| Figura 7. Niveles de comunicación en la atención al usuario | 65 |
| Figura 8. Niveles de Técnicas para una comunicación efectiva..... | 66 |
| Figura 9. Niveles de Gestión de los sistemas de información | 67 |

INTRODUCCIÓN

La presente investigación Influencia de la cultura organizacional en la atención al usuario del Ministerio Público Sede Lima, período 2020; a fin de evaluar las variables de la Cultura Organizacional, sus dimensiones crear y sostener una cultura, creación de una cultura organizacional ética, creación de una cultura organizacional positiva; mediante los indicadores como empieza una cultura, mantener viva la cultura, como se forma una cultura, sea un modelo visible, comunique expectativas éticas, recompense visiblemente, los actos éticos y castigue los no éticos, cultura organizacional positiva, desarrollo de las fortalezas del empleado, énfasis en la vitalidad y crecimiento; la variable atención al usuario con sus dimensiones la comunicación en la atención al usuario, técnicas para una comunicación efectiva, gestión de los sistemas de información indicadores, factores que intervienen en el proceso de la comunicación, comunicación interna, la comunicación formal, empatía, asertividad, escucha activa, organización de los sistemas de información, gestión de base de datos, gestión de conflictos; éstas consideraciones permitieron establecer los siguientes objetivos:

Determinar relación entre la influencia de la cultura organizacional y la atención al usuario del Ministerio Público – 2020.

Determinar la relación entre la influencia de la cultura organizacional y la comunicación en la atención al usuario del Ministerio Público – 2020.

Determinar la relación entre la influencia de la cultura organizacional y las técnicas para una comunicación efectiva con el usuario del Ministerio Público – 2020.

Determinar la relación entre influencia de la cultura organizacional y la gestión de los sistemas de la información con el usuario del Ministerio Público – 2020.

El contenido del informe está estructurado en siete capítulos, de la siguiente manera:

Capítulo I, contiene el planteamiento del problema, abarcando la caracterización de la problemática, formulación del problema, objetivos de la investigación, justificación e importancia y delimitación del problema de la influencia de la cultura organizacional en la atención al usuario del Ministerio Público, sede Lima período 2020.

Capítulo II, guarda relación con el desarrollo del marco teórico, comprendiendo los antecedentes de la investigación, teoría científica que fundamenta el estudio, y el marco teórico conceptual.

Capítulo III, abarca la parte metodológica de la investigación, en la que incluye el tipo y nivel, el método y diseño de investigación, población y muestra, procedimientos de la investigación, técnicas e instrumentos de recolección de datos, técnicas de análisis y procesamiento de datos.

Capítulo IV, detalla el análisis e interpretación de los resultados de la Influencia de la cultura organizacional en la atención al usuario del Ministerio Público Sede Lima período 2020.

Finalmente, se han establecido en los capítulos V, VI Y VII las respectivas discusiones, conclusiones y recomendaciones obtenidas.

I. Problema de investigación

1.1. Planteamiento del problema

En la última década a nivel internacional, las Administraciones Públicas al ser organizaciones complejas se han visto afectadas por el mal manejo del comportamiento organizacional en todos sus aspectos, el cual ha venido dependiendo de la gestión del capital humano y la mística con la institución, éstas se ven enfrentadas a una enmarañada lista de procedimientos desfasados e inoperantes que inciden en el desarrollo de las sociedades modernas en las que se desarrollan y a las que sirven.

Asimismo, se observa varios planteamientos de propuestas, iniciativas bienintencionadas de reforma o modernización los cuales finalmente solo satisfacen los impulsos políticos de momento, reflejando así la insatisfacción ciudadana por los servicios públicos.

Según Robbins (2017) precisa que “Las organizaciones que no ayudan a que su personal equilibre su trabajo con su vida encontrarán cada vez más difícil reclutar y conservar a los empleados más capaces y motivados”. (p. 25)

Por otro lado, Alles (2017) precisa que las organizaciones buscan cumplir varias metas mediante la comunicación y utilización de un sistema de comportamiento organizacional. Es por ello por lo que las organizaciones y los responsables tengan falta de consciencia de ello. La falta de comunicación de visión, misión y valores es también una forma de comunicar.

Los resultados de un sistema de comportamiento organizacional suelen medirse con tres indicadores básicos:

- a) Desempeño: calidad y cantidad de los productos y servicios que se comercializan y nivel de satisfacción de los clientes.
- b) Satisfacción laboral de los empleados: observable mediante los indicadores clásicos, tales como ausentismo, impuntualidad o rotación. Es factible además administrar encuestas específicas a los efectos de medir la satisfacción de los colaboradores respecto de su trabajo.

- c) Crecimiento y desarrollo personal: adquisición de nuevos conocimientos y competencias; en una palabra, cuidado de la empleabilidad de los colaboradores.

El inicio de un modelo organizacional parte de la visión, la misión y los valores de la entidad. Dentro de estos temas iniciales o fundacionales se podría incluir la estrategia u objetivos organizacionales. Todos en su conjunto representan el propósito por el cual la organización existe. (p 36).

A nivel nacional en los últimos 5 años en el Perú, se aprecia que existe un deficiente trato de los trabajadores respecto a la atención de los usuarios de los servicios gubernamentales. Este mal trato es más alarmante, cuando se trata del trabajador gubernamental nombrado. Dicho trabajador actúa generalmente como si tuviera el derecho a maltratar a los usuarios. Dicho maltrato consiste en la falta de un saludo cordial a los usuarios, falta de cortesía en todos los eventos que se interrelacionan trabajadores y usuarios. Falta de paciencia para la orientación, falta de compañerismo en su mismo centro de trabajo. Es evidente que en la gestión pública a pesar de los esfuerzos denodados del ejecutivo elaborando lineamientos y manuales, ha sido poco o nula su aplicación las cuales se refleja en el desempeño de la atención a la ciudadanía, incurriéndose en responsabilidad administrativa y afectando al erario nacional por el perjuicio económico ocasionado.

Según López (2020) manifiesta que:

Es necesario que el servicio haga una adecuada gestión del mismo, para lo cual habrá que tener en cuenta una serie de condiciones que convendría implantar. Por ello, la atención al cliente ha de ser:

- a) Relevante. La gestión de la atención deberá dar respuesta adecuada a las situaciones o problemas que aparezcan durante el desempeño de la actividad. Es decir, se debe dar una respuesta exacta y precisa a las demandas que se planteen, sin excederse tanto en el contenido como en la forma.
- b) Oportuna. La gestión de la atención debe estar preparada para dar respuesta inmediata a la problemática que se presente. Si el servicio no es el adecuado en tiempo, la espera puede producir mayor insatisfacción

en el consumidor y, por ende, mayores costes futuros para institución. No dar una respuesta rápida a las reclamaciones o cuestiones que propongan los clientes, puede provocar mala imagen y efectos contrarios y no deseados. Por tanto, será prioridad gestionar la atención al cliente de manera dinámica.

- c) Permanente. La gestión de los clientes, consumidores y usuarios debe estar preparada para cualquier consulta, duda o queja que se reciba a lo largo del tiempo.
- d) Flexible. La facilidad de contar con sus propios recursos y la experiencia de estos debe permitir que la gestión se adapte a cada problemática concreta para dar una solución oportuna y relevante.
- e) Eficaz y eficiente. Es necesario que la prestación del servicio tenga como objetivo la satisfacción de los clientes o consumidores sin más. Para esto, debe emplear los recursos disponibles para con seguir este fin y no aprovechar la ocasión para otros intereses. (pp. 8-9).

A la fecha el desconocimiento de una Cultura Organizacional por parte del servidor del Ministerio Público y la atención al usuario en la Oficina de Administración de Recursos Humanos, aunado a la falta de empatía, la escucha activa y la atención oportuna, ha ocasionado entre otros la vulneración a algunos derechos sociolaborales como son las vacaciones y los beneficios sociales, incurriéndose en la gran mayoría en sanciones por el órgano fiscalizador como es el SUNAFIL.

Según Robbins (2017) precisa que:

Los miembros de las organizaciones enfrentan con mayor frecuencia dilemas éticos, que son situaciones en las que se requiere que se definan entre una conducta correcta o una incorrecta. Por ejemplo, ¿deberían “dar el pitazo” si descubren que en la compañía se efectúan actividades ilegales? ¿Deben acatar órdenes con las que no están de acuerdo? ¿Deben reportar una evaluación de desempeño inflada para un trabajador que les agrada, si saben que ésta salvaría el empleo de aquél? ¿Deben “hacer política” en la organización si los ayudara a avanzar en su carrera? (p. 26)

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general.

PG ¿Cuál es la influencia de la cultura organizacional en la atención al usuario del Ministerio Público – 2020?

1.2.2. Problemas específicos.

PE 1 ¿Cuál es la influencia de la cultura organizacional en la comunicación para la atención al usuario del Ministerio Público – 2020?

PE 2 ¿Cómo influye la cultura organizacional en las técnicas para una comunicación efectiva con el usuario del Ministerio Público – 2020?

PE 3 ¿Cuál es la influencia de la cultura organizacional en la gestión de los sistemas de la información con el usuario del Ministerio Público – 2020?

1.3. Justificación del estudio

1.3.1. Justificación teórica.

El desarrollo de la presente investigación es de mucha importancia ya que se realizó con el propósito de evaluar la influencia de la cultura organizacional y la atención al usuario, considerando la importancia de esta última, la verificación permitirá determinar como la Cultura Organizacional puede optimizar la gestión administrativa en el Ministerio Público.

1.3.2. Justificación práctica.

Esta investigación se realiza porque existe la necesidad de mejorar la influencia cultura organizacional en las actividades diarias de la Oficina de Administración de Potencial Humano del Ministerio Público; en ese sentido, de acuerdo al análisis de la investigación se expone la problemática encontrada, a fin de conocer con exactitud la situación actual para la toma de decisiones y acciones de corresponder en el preciso momento, a efectos de coadyuvar la mejora continua en la institución.

1.3.3. Justificación metodológica.

Esta investigación tiene una justificación metodológica en plantear que existe diferentes elementos de recolección de datos, válidos y confiables, que podrían ser utilizados como referencia para estudios similares, siendo la metodología usada el de aporte teóricos que sirvan como base para futuras investigaciones del tema.

1.3.4. Justificación social.

Esta investigación tiene una justificación social, debido a que existe una necesidad de implementar diversas mejoras en los procesos, siendo el punto de partida las diversas problemáticas que se presentan en la Oficina de Administración de Potencial Humano del Ministerio Público; en ese sentido, la solución a las mismas constituiría un aporte en beneficio del usuario e investigaciones posteriores.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general.

OG Determinar como la cultura organizacional influye en la atención al usuario del Ministerio Público – 2020.

1.4.2. Objetivos específicos.

OE 1 Conocer como la cultura organizacional influye en la comunicación para la atención al usuario del Ministerio Público – 2020.

OE 2 Determinar como la cultura organizacional influye en las técnicas para una comunicación efectiva con el usuario del Ministerio Público – 2020.

OE 3 Determinar como la cultura organizacional influye en la gestión de los sistemas de la información del usuario del Ministerio Público – 2020.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Antecedentes nacionales.

León, F. (2018) con la tesis *“Cultura organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa Construcciones Modulares, Lima-2016”*, (Tesis de Ingeniero industrial). Facultad de Ingeniería. Universidad Continental, Huancayo. Perú. Tuvo como objetivo general determinar la relación entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Empresa Construcciones Modulares S.A. Lima-2016. El tipo de investigación fue básica, de nivel descriptivo y de diseño correlacional. La muestra fue de 95 trabajadores de la empresa Construcciones Modulares S.A. La técnica empleada en la recolección de datos fue la encuesta con el instrumento el cuestionario que fue integrada por 25 ítems con alternativas tipo escala de Likert en cada una de las variables. En los resultados se obtiene del 100% de trabajadores; el 13.7% no percibe que existe cultura organizacional, el 15.8% no están implicados con la empresa, e 13.7% no percibe consistencia en la empresa, el 13.7% no sienten que forman parte de la misión de la empresa y el 20.0% no se sienten adaptados a la empresa. Finalmente, como conclusión se determina que existe una muy alta correlación entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral (Rho de Spearman de 0.999 y $p \leq 0.05$).

Escobar, H. (2016) en la tesis *“Relación entre cultura organizacional y satisfacción laboral en la Empresa de Confecciones Textiles “Jeans Lennys” San Martin De Porres – 2016”*. (Tesis de Licenciado en Administración). Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad César Vallejo. Lima. Perú. Tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral en la empresa de confecciones textiles “Jeans Lennys” en san Martin de Porres – 2016. El estudio de la investigación es de tipo aplicada con el diseño descriptivo correlacional - no experimental. La población del estudio estuvo conformada por 40 trabajadores, así mismo para la muestra en las áreas de corte, diseño y producción. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta, instrumento cuestionario. Para el análisis de datos se aplicó el método

hipotético deductivo, con el apoyo de la estadística y el programa SPSS. Se obtuvo los resultados que evidenciaron la relación significativa entre ambas variables, según la correlación $r= 0.487$ con una $p=0.014(p<0.05)$. Se concluyó que existe relación significativa entre las variables cultura organizacional y la satisfacción laboral.

Hilario, K. (2017) en la tesis *“Cultura organizacional y satisfacción laboral en la empresa Planeamiento & Gestión S.A.C. de la ciudad de Lima, 2017.”* (Tesis de Licenciado en Administración). Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad Peruana Unión. Lima. Perú. El autor tuvo como objetivo general explicar en qué medida la cultura organizacional se relaciona con la satisfacción laboral en la Empresa Planeamiento & Gestión S.A.C. de la ciudad de Lima, 2017. El tipo de estudio es no experimental y su diseño de investigación correlacional. Con una población igual a la muestra de 24 personas. En cuanto a los resultados El resultado del coeficiente de correlación de Pearson es igual a 0.313, con un p valor de 0.045 ($p<0.05$), lo que indica una regular fuerza de relación entre dichas variables y que, si la cultura organizacional se mejorara, así también lo hará la satisfacción laboral o viceversa. En conclusión, la relación que existe entre la cultura organizacional y satisfacción laboral en la Empresa Planeamiento & Gestión S.A.C., es directa y significativa, con un coeficiente de correlación de Pearson es igual a 0.313, con un p valor de 0.045 ($p <0.05$) lo que indica una regular fuerza de relación entre dichas variables, y que, si la cultura organizacional se mejorará, así también lo hará la satisfacción laboral o viceversa; porque la cultura burocrática se relaciona de forma inversa con la satisfacción laboral, la cultura clan se relaciona de forma directa con la satisfacción laboral.

Torre, L y Afan, K. (2017) en la tesis *“Cultura organizacional y la relación con el desempeño laboral en los trabajadores de la oficina de desarrollo técnico de la biblioteca nacional del Perú 2016”* (Tesis de Licenciado en Internacional Business). Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima-Perú. Tuvo como objetivo general determinar de qué manera la Cultura Organizacional (los valores, creencia, clima, normas, símbolos y filosofía) se relaciona con el Desempeño Laboral. La investigación es de tipo descriptivo, cuantitativo y correlacional, con un diseño no experimental y transversal. La

población estuvo conformada por un total de 42 trabajadores entre hombres y mujeres que laboran en la Oficina de Desarrollo Técnico de la Biblioteca Nacional del Perú, La muestra, seleccionada probabilísticamente, está conformada por 37 trabajadores. Los resultados de la prueba de Correlación de Spearman ($Rho=0.767$) podemos establecer que existe una muy fuerte relación directamente proporcional entre la Cultura Organizacional y el Desempeño Laboral, la cual es altamente significativa ($p<0.05$). Con lo cual se puede establecer que la Cultura Organizacional se relaciona directamente con el Desempeño Laboral de los trabajadores de la oficina de desarrollo técnico de la biblioteca nacional del Perú. En conclusión, la cultura organizacional se relaciona directamente con el desempeño laboral de los trabajadores de la oficina de desarrollo técnico de la biblioteca nacional del Perú y que al mejorar la cultura organizacional se verán cambios positivos en el desempeño laboral de los trabajadores.

Lomas, R. (2017) Con la tesis “*Satisfacción laboral y su relación con la productividad de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Buenos Aires, en el año 2017*”. (Tesis de Maestría en Gestión Pública). Escuela de Posgrado Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto - Perú. Tuvo como objetivo general determinar la relación entre la satisfacción laboral y la productividad de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Buenos Aires, en el año 2017. El tipo de estudio fue no experimental; el diseño de la investigación fue descriptivo correlacional. La investigación contó con una muestra de estudio de 70 trabajadores de la Municipalidad Distrital de Buenos Aires, en el año 2017, quienes fueron evaluados mediante la aplicación de cuestionarios. Los resultados que obtuvieron fueron provenientes de la muestra, el 34% manifiestan poseer un nivel de satisfacción bajo, debido a que la organización no ofrece todas las facilidades y libertad para las ejecuciones sus actividades. El sueldo no se ajusta a las funciones y responsabilidades que demanda el puesto de trabajo. Asimismo, el nivel de productividad de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Buenos Aires es medio en un 39%, ya que el personal a veces demuestra estar disponible para realizar trabajos extras en su puesto de trabajo o en otras actividades, asimismo el personal en ocasiones demuestra darles el uso y manejo adecuado a los equipos de la institución. En conclusión, mediante la aplicación del estadístico se evidencio que existe una relación directa; positiva muy alta entre las variables Satisfacción

Laboral y Productividad, debido a que el valor P (Sig. (Bilateral)) $E_s < 0,05$ es decir "0,000; donde la correlación r de Pearson es de 0.944, la cual indica que la variable Satisfacción Laboral influye en la variable Productividad en un 89%.

2.2.2. Antecedentes internacionales.

López, O. (2018) en la tesis "Cultura organizacional y productividad. Estudio de caso en una microempresa productora de botanas en Metepec, Estado de México, 2018". (Tesis de Licenciado en Administración). Facultad de Contaduría y Administración. Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca-México. El objetivo general de la investigación es desarrollar un plan estratégico para incrementar la productividad de la organización por medio de la cultura organizacional. El tipo de investigación es mixto, debido a que comprende tanto aspectos cuantitativos como cualitativos y corresponde a un estudio de caso, su instrumento fue la entrevista. Su población y muestra estuvo conformada por 10 colaboradores. Los resultados que obtuvieron fueron que el 50% de los colaboradores no tenían un sentido de pertenencia, la comunicación entre la organización y la gerencia no era buena, al momento de contratación e ingreso a la empresa no existía algún curso de iniciación, donde destacaran la misión, visión, objetivos, valores y políticas de la empresa. En conclusión, la organización necesita reforzar los conjuntos de valores claros y consistentes para que puedan regir la forma en que se conducen los colaboradores, el 13% de los colaboradores no tienen claros los valores, sin embargo, se destaca en los hallazgos, que el 87% de los colaboradores tienen una visión en común, lo cual atribuye un punto favorable a la cultura organizacional de la empresa objeto de estudio.

Santizo, M. (2018) en la tesis "Cultura organizacional y motivación" (Estudio realizado con colaboradores del área de producción de tejido, preparación y revisado de fábrica Cantel de Quetzaltenango). (Tesis de Licenciada en Psicología Industrial). Facultad de Humanidades. Universidad Rafael Landívar. Quetzaltenango, Guatemala. El objetivo fue determinar la incidencia de la cultura organizacional en la motivación de los colaboradores de fábrica Cantel del área de producción tejido, preparación y revisado. El estudio es de tipo cuantitativo y diseño descriptivo, con la escala de Likert. Su población estuvo conformada por 43 personas de la fábrica del área de producción, tejido, preparación y revisado. Según

los resultados se identificó una cultura estable. El 81% de los individuos de las diferentes áreas ponen en práctica en sus actividades los valores que la empresa maneja, es por ello importante, que el recurso humano tenga arraigados los valores. En conclusión, Según los resultados obtenidos de la significación y fiabilidad de la media aritmética se determina que, si existe una incidencia de la cultura organizacional en la motivación del recurso humano de la fábrica Cantel Quetzaltenango, esto quiere decir que las dos variables tienen una influencia entre sí.

Valdivieso, D. (2018) en la tesis "El clima organizacional y su relación con la satisfacción laboral de los empleados de la Fundación Polinal Ecuador". (Tesis de Licenciada en Psicología Industrial). Facultad de Ciencias Psicológicas. Universidad Central del Ecuador. Quito-Ecuador. El objetivo fue describir si el clima organizacional se relaciona con la satisfacción laboral con el personal de la Fundación Polinal Ecuador. La metodología es una investigación de tipo Descriptiva, con un diseño no experimental. La población a evaluada fue de 19 empleados. En los resultados los factores correspondientes a este test nos muestra un puntaje de 125,13 puntos, lo cual corresponde al nivel medio con un porcentaje y que pertenece al 80.3% de las puntuaciones del test., lo que determina que la organización se encuentra con una cantidad mínima en conflictos sobre su clima organizacional que son intervenidas para mejorarlas especialmente en el factor de Dirección, recursos, estabilidad, y relaciones interpersonales, que muestran un puntaje medio de clima , seguido con un nivel bajo los factores valores colectivos. La conclusión general refiere que el resultado obtenido en clima organizacional se encuentra en un nivel medio lo cual, son percibidas por el personal, en su mayoría, como poco favorable. Por otra parte, los resultados referentes a la satisfacción laboral, de este grupo de empleados, se encuentran satisfechos y medianamente satisfechos. Se recomienda aplicar una inducción o reinducción de las estrategias organizacionales para mantener jefes y empleados comprometidos con la organización.

Demera, D. (2016) en la tesis "Análisis de la cultura organizacional de la Pucese, como estrategia de la gestión administrativa". (Tesis de Magister en Administración de Empresas). Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede

Esmeraldas, Esmeraldas-Ecuador. El objetivo de la presente investigación fue analizar y diagnosticar la cultura organizacional de la PUCESE como estrategia administrativa de gestión. Su metodología de Investigación es bibliográfica – descriptiva y su técnica fue la entrevista. La población estuvo conformada por 260 personas. Los resultados presentados en consistencia y adaptabilidad, aunque no están por debajo de la media, En este factor se detectó que sólo el 47% del personal que labora en la PUCESE considera que existe un buen nivel de comunicación dentro de la institución. El 24,7% está indeciso sobre el nivel de satisfacción y el 28,2% considera que no existen medios de comunicación adecuados para que la información llegue a todas las áreas de la institución. Es importante considerar que este es uno de los factores con menor porcentaje de satisfacción, lo cual implica que esté en un nivel de RIESGO dentro de la institución. Finalmente, concluyeron que el desarrollo de la fundamentación teoría y conceptual de esta investigación, permitió determinar que la cultura organizacional es el conjunto de suposiciones, creencias, valores y normas, que sirven de marco de referencia a los miembros de la organización, ofreciendo las pautas acerca de cómo las personas deben conducirse en ésta.

Galarza, C. (2016) en la tesis “Valores de la cultura organizacional y su influencia en la coordinación del trabajo en la Dirección de Talento Humano y las Coordinaciones Jurídica y de Planificación del Ministerio del Trabajo”. (Tesis de Maestría en Desarrollo del talento Humano). Universidad Andina Simón Bolívar, Quito-Ecuador. El objetivo es Determinar los principales valores de la Cultura Organizacional que influyen en la coordinación interdepartamental en la Dirección de Talento Humano y las Coordinaciones Jurídica y de Planificación del Ministerio del Trabajo. La investigación tuvo un enfoque cualitativo, y la herramienta que se utilizó fue un focus group su población estuvo conformada por 14 personas. Dentro de los resultados se encontró que la mayoría del personal con un 65% afirma la existencia de valores dentro de la institución en contraste con un 7% que indican que no existe valores dentro de la organización, siendo la responsabilidad el valor más importante dentro del área de trabajo, y el respeto el valor más influyente al momento de la coordinación interdepartamental; el valor institucional que menos se practica es la efectividad posiblemente porque los procesos son engorrosos y existe falta de fluidez en la tramitología interna que afecta en la entrega de servicios a la

ciudadanía. Se concluye que no existe un plan de fortalecimiento de valores organizacionales que permita integrar a los servidores y funcionarios del Ministerio de Trabajo con los valores de la institución, lo que afecta de manera negativa tanto para la consecución de procesos como para el objetivo de metas institucionales planteadas.

2.2. Bases teóricas de las variables

2.2.1. Variable 1: Cultura organizacional.

2.2.1.1. Definiciones de la cultura organizacional.

Según Chiavenato (2009) menciona que:

La cultura organizacional no es algo que se pueda tocar, es observarse en razón de sus efectos y consecuencias. En este sentido, es parecida a un iceberg. En la parte superior, la que está por encima del nivel del agua, están los aspectos visibles y superficiales de las organizaciones, los cuales se derivan de su cultura. (p.123)

Según Denison (2001) define que:

La cultura organizacional como un conjunto que involucra los principios ideológicos y modos de comportarse en relación a las distintas tareas en una organización, pudiendo manifestarse en las disputas, apreciaciones e informaciones, siendo estos resueltos para un propósito en común (citado en León, 2017).

Según Encalada (2106) indica:

La cultura organizacional debe ser fuerte o dominante, de tal manera que integre y sobre pase a la cultura de sus miembros, o dicho de mejor manera, que los miembros de la organización, integren las características de la cultura organizacional a su propia cultura. (p. 10)

Según gestión y estrategias (2014) indica:

La importancia del análisis de la cultura organizacional no debe soslayarse. Los diversos caminos metodológicos apuntan hacia visiones segmentadas de dicho fenómeno, por lo cual, dentro de las labores del seminario de investigación ha surgido una idea que a lo largo de la discusión se convirtió en la más fuerte posibilidad de realizar un mapa perceptual de los integrantes de una empresa en función de la cultura organizacional generada. (p. 92)

2.2.1.2. Teorías sobre cultura organizacional.

Según Robbins y Judge (2009) sostienen:

Se refiere a un sistema de significado compartido por los miembros, el cual distingue a una organización de las demás. Este sistema de significado compartido es, en un examen más cercano, un conjunto de características claves que la organización valora. Las investigaciones sugieren que hay siete características principales que, al reunirse, capturan la esencia de la cultura de una organización. (p. 551)

Cultura es un término descriptivo

Según Robbins y Judge (2009) mencionan:

La cultura organizacional tiene que ver con la manera en que los empleados perciben las características de la cultura de una organización, no si les gusta. Es decir, es un término descriptivo. Esto es importante debido a que diferencia este concepto del de satisfacción en el trabajo. Las investigaciones sobre cultura organizacional buscan medir el modo que los empleados ven a su organización. ¿Estimula el trabajo en equipo? ¿Premia la innovación? ¿Apoya las iniciativas? En cambio, la satisfacción en el trabajo busca medir las respuestas eficaces al ambiente del trabajo. Tiene que ver con la forma en que los empleados sienten respecto de las expectativas de la organización, prácticas de recompensa, etc. Aunque los dos términos sin duda tienen características que se traslapan, hay que recordar que el término cultura organizacional es descriptivo, mientras que satisfacción en el trabajo es evaluativo. (p. 552)

Las organizaciones tienen culturas uniformes

Según Robbins y Judge (2009) Sostienen:

La cultura organizacional representa una percepción común que tienen los miembros de una organización. Esto se hizo explícito cuando definimos la cultura como un sistema de significado compartido. Por tanto, debemos esperar que individuos con distintas formaciones o diferentes niveles en la organización tiendan a describir la cultura de la organización en términos similares. (p. 553)

Culturas fuertes versus débiles

Según Robbins y Judge (2009) Indican:

Cada vez tiene más popularidad la idea de diferenciar entre culturas fuertes y débiles. El argumento es que las culturas fuertes tienen mayor impacto en el comportamiento del empleado y se relacionan más directamente con la menor rotación. En una cultura fuerte los valores nucleares de la organización se comparten con intensidad y en forma extensa, Entre más miembros acepten los valores nucleares y más grande sea su compromiso con ellos, más fuerte es la cultura. En congruencia con esta definición, una cultura fuerte tendrá mucha influencia en el comportamiento de sus miembros debido a que la intensidad y alto grado en que se comparten sus valores, crean un clima interno de mucho control del comportamiento. (p.54)

2.2.1.3. Otras teorías.

Integración de la cultura a las organizaciones

Según Encalada (2016) Indica:

El mundo organizacional ha ido evolucionando a lo largo del tiempo y con él toda la concepción respecto a las relaciones laborales. Este cambio de paradigmas se dio gracias a la inclusión de la psicología en el mundo empresarial, la misma que permitió estudiar el comportamiento y la dinámica que se da en las relaciones interpersonales al interior de las empresas y su repercusión en el desempeño laboral.

Siendo las organizaciones, parte del sistema social y siendo que la psicología pone atención a toda la dinámica de las personas al interior de las mismas, se empieza a tener una concepción diferente. Se presta mayor atención al personal, ya no como recursos, sino como personas independientes que forman parte de un todo y traen consigo un bagaje; no solo de conocimientos, sino también de experiencias, y cuyas personalidades interactúan entre sí al interior de las organizaciones. (p.11)

El comportamiento como reflejo de la cultura organizacional

Según Encalada (2016) indica:

La conducta o las actitudes de los miembros de la organización, traducido en las relaciones interpersonales tanto al interior de la organización como al exterior, suelen entenderse también como el comportamiento organizacional y su dinámica en las relaciones laborales.

La teoría sistémica plantea, que tanto los grupos como las organizaciones son considerados entes vivos conformadas por personas, las mismas que interactúan en forma permanente. Esta interacción, es la que permite que exista un intercambio e influencia mutua entre los miembros, sin embargo, esta influencia puede ser positiva o negativa, por ello las características de la personalidad y la cultura de los miembros de una organización va a influenciar y se va a ver influenciada en la cotidianidad y va a trascender los linderos de la empresa y a transparentarse a los clientes externos de la organización. (p.12)

La cultura

Documento de Catedra TPM (2007) menciona:

Es un grupo complejo de valores, tradiciones, políticas, supuestos, comportamientos y creencias esenciales que se manifiesta en los símbolos, los mitos, el lenguaje y los comportamientos y constituye un marco de referencia compartido para todo lo que se hace y se piensa en una organización. Por ser un marco de referencia, no atiende cuestiones puntuales, sino que establece las prioridades y preferencias acerca de lo que

es esperable por parte de los individuos que la conforman. Teoría del Comportamiento organizacional (p.1)

La cultura como proceso

Documento de Catedra TPM (2007) indica:

La cultura es un proceso, entendido como fases sucesivas de un fenómeno compartido por todos los miembros de la organización, a partir del cual se genera sentido. Esto implica reconocerla como un emergente, lo cual no excluye su condición de relativamente estable, ya que la noción de proceso alude tanto a la idea de reconfiguración como a la de dicha estabilidad.

Que las pautas sean compartidas no implica que sean producto del consenso; nunca son totalmente aceptadas o rechazadas y se van forjando en el entramado de las relaciones cotidianas. Por tratarse de un proceso que recrea una configuración particular de elementos, el equilibrio de este sistema está en permanente tensión, la cual puede ser útil de visualizar en una fase diagnóstica. Por eso, sostener que tiene una relativa estabilidad y que aporta cierta regularidad a la organización no implica decir que es algo estanco o estático. (p. 2)

La cultura organizacional como activo

Garay (2009) menciona:

La cultura es un concepto analizado y estudiado desde hace muchos años por los antropólogos culturales, que han desarrollado diversas teorías de variada complejidad. Algunas consideran la cultura como parte integrante del sistema sociocultural. Otros la ven como un sistema de ideas, mental y subconsciente, Estos estudios destacaron los aspectos de la cultura de una sociedad y sus efectos sobre el comportamiento, pero poco se ocuparon de las características culturales de las organizaciones. (p. 2)

Funcionalidad y fortaleza de la cultura organizacional

Garay (2009) Menciona:

Considera funcional una cultura organizacional que contribuya a la “integración interna” mediante la cohesión de sus miembros o a la “adaptación externa” a los cambios contextuales. Su acercamiento funcionalista permite comprender lo que la cultura hace para “resolver los problemas básicos de un grupo social”.

- La construcción de relaciones externas para la supervivencia y adaptación en el medio que lo rodea.
- La integración de sus procesos internos para afianzar su capacidad de supervivencia y adaptación. (p. 9)

Metas estratégicas de la organización

Según Burnard et. al. (2016) indican:

Las organizaciones que aspiran a ser líderes e innovadoras de tendencias en su industria, y que además están interesadas en aumentar su cuota de mercado y maximizar sus ganancias y su reputación, tienden a encajar en un perfil de culturas de tareas, mercado y de poder, Sin embargo, las organizaciones que están más preocupadas por la calidad de sus productos y servicios y en incrementar el rendimiento y eficiencia tienden a encajar en el perfil de una cultura basada en el puesto. Las organizaciones que aspiran a innovar y hacen énfasis en el talento y experiencia de sus empleados, más que en los años de antigüedad y el título formal, tienden a encajar en el perfil de cultura de tareas y de personas. (p.23)

Funciones y actividades operativas de una organización

Según Burnard et. al. (2016) indican:

Las funciones y actividades operativas de una organización modelan la forma en la que la institución ve y valora las iniciativas de administración de archivos. Por lo general, las organizaciones que tienen una necesidad comercial requieren dar seguimiento a diferentes versiones de documentos

de archivo para sus actividades, los cuales se deben mantener por un periodo largo; debido a la sensibilidad de las actividades del negocio y la información de terceros se tiende a dar mayor énfasis a las iniciativas de administración de archivos. Esto incluye a la administración de recursos legales, financieros y humanos. En contraste, las organizaciones que se enfocan más al crecimiento personal y el desarrollo, tales como las artes y la cultura, suelen ubicar a la administración de archivos en un nivel de énfasis más bajo. (p. 24)

2.2.1.3. Dimensiones de la cultura organizacional.

2.2.1.3.1. Dimensión 1: Crear y sostener una cultura.

Según Robbins y Judge (2009), mencionan: “La cultura de una organización no nace ni crece de la nada para ello se establece una serie de temas que son influyentes dentro de la organización” (p. 558)

La cultura establece la manera cómo funciona una empresa, de esta manera está se ve reflejada en las estructuras, estrategias y sistemas.

Indicadores

1) Como empieza una cultura

Según Robbins y Judge (2009) sostienen:

La creación de cultura ocurre de tres formas:

En primer lugar, los fundadores sólo contratan y conservan a los empleados que piensan y sienten de la misma manera que ellos. En segundo, socializan y adoctrinan a estos empleados en su manera de pensar y sentir. Y, por último, el propio comportamiento de los fundadores actúa como un rol modelo que estimula a los trabajadores a identificarse con ellos y así internalizar sus creencias, valores y suposiciones. (pp. 558-559)

2) Mantener viva la cultura

Según Robbins y Judge (2009) mencionan:

Que son tres las fuerzas que son importantes en el sostenimiento de una cultura: En primer lugar, tenemos la Selección; aquí se identifica y contrata los individuos que tengan el conocimiento, aptitudes y habilidades para realizar con éxito los trabajos dentro de la organización. Además, se les brinda información a los solicitantes sobre la organización. En segundo lugar, está la Alta dirección; tienen un gran efecto en la cultura de la organización. a través de lo que dicen y la forma en que se comportan, los altos ejecutivos establecen normas que se filtran a través de la organización. Y por último la Socialización; Aquí es cuando la organización quiere moldear al recién llegado como un empleado “en buena disposición”. La primera etapa agrupa todo el aprendizaje que ocurre antes de que un nuevo miembro se una a la organización. En la segunda etapa, éste ve lo que la organización es en realidad y se enfrenta a la posibilidad de que sus expectativas y la realidad sean diferentes. En la tercera etapa tienen lugar los cambios de relativa larga duración. (pp. 559-563)

3) Como se forma una cultura

Según Robbins y Judge. (2009) mencionan:

La manera en que los trabajadores se sociabilicen va a depender mucho para que se logre su éxito, en base a los valores de la organización en este proceso de selección y en la preferencia que tenga la alta dirección respecto a los procedimientos de socialización. (p. 563)

Además, todo trabajador debe adecuarse a este procedimiento para tener un mejor desarrollo dentro de la organización, adaptándose a los nuevos valores y buscando las actualizaciones en base a las nuevas herramientas.

2.2.1.3.2. Dimensión 2: creación de una cultura organizacional ética.

Según Robbins y Judge (2009) mencionan:

Dentro de la creación de la cultura se influye el clima ético de una organización y el comportamiento de los trabajadores, que tienen que cumplir con la tolerancia al riesgo, moderado a la agresividad y que este centrado por obtener mejores resultados. (p. 566)

Indicadores

1) Sea un rol modelo visible.

Según Robbins y Judge (2009) mencionan: “Los trabajadores observarán el comportamiento de la alta dirección como un parámetro que define el comportamiento apropiado que deben seguir. Así mismo estos jefes logran transmitir un mensaje positivo a todos los trabajadores” (p. 567)

Es por ello que dentro de las organizaciones los mayores reflejos a seguir deben ser lideradas por los altos directivos, desempeñando y promoviendo los roles como un modelo a seguir dentro de la organización.

2) Comunique expectativas éticas

Según Robbins y Judge (2009) mencionan: “La confusión ética se disminuye si es que se divulga un código de ética organizacional no claro, este debe tener los valores fundamentales de la organización y las reglas éticas establecidas para que los trabajadores puedan cumplirlo” (p. 567)

Además, la organización debe crear un sistema de normas éticas para que los empleados puedan tener la noción de que valores deben fomentarse en el para cumplir con las reglas dadas por la empresa.

3) Recompense visiblemente los actos éticos y castigue los no éticos.

Según Robbins y Judge (2009), mencionan:

Las evaluaciones del desempeño en los cargos de gerencia deben estar basadas en sus decisiones respecto al código de ética de la empresa, estas deben incluir los medios que utilizaron para alcanzar las metas propuestas,

los individuos que actúen con ética deben ser recompensados de manera visible por su comportamiento, así mismo a los individuos que actúen de manera imparcial con acciones de falta ética deben sean castigados de manera notable. (p.567)

2.2.1.3.3. Dimensión 3: creación de una cultura organizacional positiva.

Según Robbins y Judge (2009), mencionan: “Dentro de La cultura organizacional positiva es importante el desarrollo de las fortalezas del trabajador, ya que si se usa más la recompensa y menos el castigo estas pueden contribuir un reforzamiento positivo de crecimiento individual en el empleado”. (p. 567)

Indicadores

1) Desarrollo de las fortalezas del empleado

Según Robbins y Judge (2009), mencionan que:

La Cultura organizacional y la práctica administrativa se enfocan en ayudar a mejorar las fortalezas y debilidades de los trabajadores, además la cultura organizacional positiva no ignora los problemas que se puedan suscitar sino rescata y ayuda a mejorar la fortaleza de los trabajadores. (p. 567).

De esta manera se necesita que las organizaciones busquen desarrollar las fortalezas de los trabajadores a través de las tareas asignadas, así mismo este proceso ayuda a que los individuos puedan adoptar nuevas formas de pensamientos y que generen mejores actitudes.

2) Premiar más que castigar

Según Robbins y Judge (2009), mencionan que:

Muchos individuos de gerencia, no cumplen con realizar los elogios como estrategia de premios positivos, debido al temor que los trabajadores no se esfuercen, logrando que esta falta de elogio se convierta en un “asesino silencioso”, logrando el bajo desempeño en sus colaboradores, y el alto costo de no hacerlo. (p. 568)

Por ello, se debe establecer un sistema dentro de la organización tomando las medidas estratégicas de premios y castigos, en los trabajadores para impulsar la motivación dentro de ellos.

3) Énfasis en la vitalidad y crecimiento

Según Robbins y Judge (2009), mencionan:

Una cultura organizacional positiva hace énfasis no solo en la eficacia de la empresa, sino también en el crecimiento del individuo. Ninguna organización obtendrá lo mejor de sus empleados si estos se ven como herramientas o partes de la compañía. (p. 569)

Es por ello que se realiza un énfasis entre estos aspectos para que la organización se interese más por motivar a sus trabajadores a contribuir con la actividad de la organización, de manera que le pueda brindar el crecimiento, cambio en este proceso de maduración.

2.2.2. Variable 2: Atención al usuario.

López (2020) menciona: es aquel individuo que usa o disfruta de un servicio que ofrece una organización pública o privada, para su uso individual, así mismo puede estar presente la transacción económica o también puede ser que no exista algún beneficio económico. El usuario se identifica más con el uso de algún servicio de una organización.

Yirda (2020) define: Al usuario es aquel individuo que utiliza algo para una función en específico, es importante que el usuario tenga la capacidad de analizar lo que está haciendo debe tener un preciso, de modo que el termino es común y se limita en poder describir la acción de un individuo que utiliza algo.

Serna (2006) define: “Que, el servicio al usuario es el conjunto de estrategias que una empresa debería diseñar para satisfacer, más que otros competidores, de manera que satisface las necesidades y expectativas de sus clientes externos” (p.19)

Sanz (1993) define: “Que el Cliente es aquel individuo que necesita o usa la información para el desarrollo de sus actividades” (p.154)

Es decir que todos los individuos, somos personas que en algún momento requerimos o necesitamos de información.

Kotler y Armstrong (2003) define: Que la atención al usuario es como el nivel del estado de ánimo que tiene un individuo en la capacidad de comparar el rendimiento visto de un producto o servicio con sus propias expectativas.

2.2.2.1. La comunicación en la atención al usuario

Según López (2020), argumenta que:

El cargo central de la atención al cliente, consumidor y usuario es la de establecer una buena comunicación entre la organización y aquellas personas o empresas que estén interesadas en ello. Si la comunicación no es atendida eficazmente, el trabajo de la atención al cliente no será beneficioso y pueden ponerse en peligro los objetivos que puedan tener las empresas u organizaciones. De esta manera se puede corroborar que la atención al cliente es un elemento importante para el funcionamiento de las organizaciones en particular, así como para todo el sistema económico y social en general. (p. 44)

2.2.2.2. Factores que intervienen en el proceso de la comunicación

Según López (2020), precisa que:

Para entender el funcionamiento de la comunicación en la atención al usuario es importante el estudio de sus fases y de los elementos que se encuentran en él; de ese modo, los factores de la comunicación son todos aquellos componentes que incorporan el proceso comunicativo formando parte de él, ya sea de forma directa o indirecta. Estos factores son siete: emisor, receptor, mensaje, retroalimentación, código, canal y ruido. (p. 46)

2.2.2.3. Comunicación Interna

Según López (2020), refiere que:

Son todos los sucesos y las acciones que se realizan para la transferencia de información y conocimiento a los empleados de una empresa, con el objetivo de que realicen correctamente sus tareas y puedan cumplir con los

objetivos asignados, de manera que entiendan mejor el funcionamiento y la filosofía de toda la organización. la función principal será la de formar, motivar y ayudar a los trabajadores en el desarrollo y desempeño de las labores. Con una comunicación adecuada, se menciona que los valores que orientan la labor de la empresa se ejecuten de manera directa en las labores diarias, el cual depende del sentido del flujo de la información, y así mismo se distinguen tres subtipos de comunicación interna: horizontal, vertical y diagonal. (pp. 51-52)

2.2.2.4. La comunicación formal

Según López (2020), refiere:

La comunicación formal está basada en el uso de códigos, estándares, cauces y protocolos constituidos previamente de manera directa o indirecta. Además, la información elaborada puede estar establecida ya sea de manera directa de las partes altas de la organización de la empresa, de manera que va estructurando el contenido, la forma y el canal de transmisión. Además, este puede ser tal como la elaboración de documentos formales y estandarizados de uso común en la empresa. (p. 56)

Asimismo, se puede adicionar que los mensajes transmitidos por el personal que atiende al usuario son formales, a pesar que estos se adapten y flexibilicen según al público al que va dirigido.

2.2.2.5. Otras teorías

A) Atención al cliente.

Según Feijoo et. al. (2013) indican:

Es fidelizar a la clientela es uno de los objetivos prácticamente de cualquier empresa, de toda empresa, y para ello la empresa tiene que conseguir que el cliente se sienta bien atendido y sus necesidades hayan sido satisfechas con la adquisición del producto o de la realización del servicio contratado. Por ello, debe gestionar adecuadamente la relación con los clientes, en

concreto su satisfacción es determinante para su éxito o fracaso de la empresa. Las compañías más (p. 164)

B) Principios de la atención al cliente

Según Feijoo et. al. (2013) manifiestan:

En la atención al cliente existen una serie de principios sobre los que se construyen cualquier sistema de relación con el cliente. Es la persona más importante para la organización, No depende de nuestra empresa, es nuestra empresa la que depende de él. (p. 164)

C) Departamento de atención al cliente

De acuerdo Ramírez & Ramírez (2015) manifiestan:

Podemos definir la atención al cliente como el conjunto de actuaciones mediante las cuales las empresas gestiona la relación con sus clientes actuales o potenciales, antes o después de la compra del producto, y cuyo fin es lograr en un nivel de satisfacción lo más alto posible. Una empresa orientada a los clientes suele centralizar la relación con estos en un área específica y especializada de la empresa. Dicha área se suele denominar departamento de atención al cliente. El departamento de atención al cliente tiene como principales objetivos observar el comportamiento del cliente y mantener una relación directa con él para poder resolver cualquier incidencia o reclamación que pueda tener. (p. 16)

D) Importancia de la atención al cliente en la imagen empresarial

De acuerdo Ramírez & Ramírez (2015)

La imagen empresarial o corporativa se una empresa es la concepción psicológica que tenemos hacia una entidad en concreto; es decir, si una empresa nos parece buena, mala si tiene una correcta atención al cliente o si se nos desesperamos cada vez que llamamos para pedir una cita etc.

En la actualidad, la imagen que transmite una empresa es uno de los factores fundamentales en las decisiones de sus clientes, proveedores y entidades

financieras. Es un elemento diferenciador de la competencia y que, por lo tanto, permite que la empresa se posicione en la mente de los clientes.

La imagen de la empresa o imagen corporativa se refiere a cómo se percibe la empresa desde el exterior. Y la labor de los expertos en relaciones públicas consiste en utilizar campañas de comunicación, páginas web, redes sociales y otras formas de promoción para que la empresa resulte atractiva y fomentar las ventas. (p. 18)

E) La atención al cliente

De acuerdo Godoy (2011) sostiene:

Hoy día, la atención al cliente es una actividad desarrollada por las organizaciones con orientación a satisfacer las necesidades de sus clientes, logrando así incrementar su productividad y ser competitiva. El cliente es el protagonista principal y el factor más importante en el juego de los negocios. Si examinamos los enfoques modernos que se dan en las diferentes organizaciones, podemos apreciar que para tener éxito en la atención al cliente, existen varios elementos que la empresa debe tener muy en cuenta, como son el liderazgo, eficiencia en sus operaciones, capital humano, cultura organizacional y esta última debe estar bien definida para que sus integrantes estén claros de la misión y visión de la empresa, de esta forma los trabajadores al sentirse identificados y parte de la misma, estarán motivados a realizar sus actividades, con calidad y esto influye positivamente en la atención a sus clientes, tanto los internos como externos.(p. 25)

F) La calidad del servicio: motivación y capacitación del capital humano

De acuerdo Godoy (2011) sostiene:

La calidad de servicio es el horizonte que debe orientar a todos los miembros de la empresa y sus operaciones, por cuanto el éxito de éstas se sustenta en la atención al cliente. Se ha convertido en un requisito imprescindible para competir en el contexto de las organizaciones industriales y comerciales de todo el mundo, ya que las implicaciones que tiene en la cuenta de resultados,

tanto en el corto como en el largo plazo, son muy positivas para las empresas involucradas en el proceso de atención al cliente. (p. 27)

G) Qué es la calidad en el servicio al cliente

Según Tschohl (2015) manifiesta:

Considere las diferentes concepciones del servicio al cliente que mostramos a continuación:

- Para algunos, servicio es reparar un producto y situar detrás de un mostrador que lleva la indicación de oficina de servicios al cliente a una señora de mediana edad, que lleva un vestido de “lavar y usar” y que responde con facilidad a todas las preguntas y quejas que le plantean los clientes.
- Algunos directivos creen que alcanzan un buen nivel de servicio cuando los empleados dicen a los clientes: tenga un buen día, como si tuvieran una grabadora en la boca.
- Una política liberal de devoluciones es suficiente para que otros directivos se vanaglorien de su servicio al cliente. (p.8)

H) El servicio al cliente ahorra dinero

Según Tschohl (2015) manifiesta:

Un sistema de servicios orientados a la satisfacción de clientes no sólo produce dinero, también lo ahorra. Hemos visto que una política orientada a conservar clientes reduce inversiones en el área de marketing. El dinero no desembolsado en actividades de marketing significa beneficios. Un programa profesional de servicios al cliente permite a una empresa reducir sus inversiones en marketing, ya que se pierden menos clientes. Se debe sustituir a una menor cantidad de ex clientes. (p. 30)

2.2.2.6. Dimensiones de la atención al usuario.

2.2.2.6.1. Dimensión 1: La comunicación en la atención al usuario.

Según López (2020), argumenta que:

El cargo central de la atención al cliente, consumidor y usuario es la de establecer una buena comunicación entre la organización y aquellas personas o empresas que estén interesadas en ello. Si la comunicación no es atendida eficazmente, el trabajo de la atención al cliente no será beneficioso y pueden ponerse en peligro los objetivos que puedan tener las empresas u organizaciones. De esta manera se puede corroborar que la atención al cliente es un elemento importante para el funcionamiento de las organizaciones en particular, así como para todo el sistema económico y social en general. (p. 44)

Indicadores

1) Factores que intervienen en el proceso de la comunicación

Según López (2020), precisa que:

Para entender el funcionamiento de la comunicación en la atención al usuario es importante el estudio de sus fases y de los elementos que se encuentran en él; de ese modo, los factores de la comunicación son todos aquellos componentes que incorporan el proceso comunicativo formando parte de él, ya sea de forma directa o indirecta. Estos factores son siete: emisor, receptor, mensaje, retroalimentación, código, canal y ruido. (p. 46)

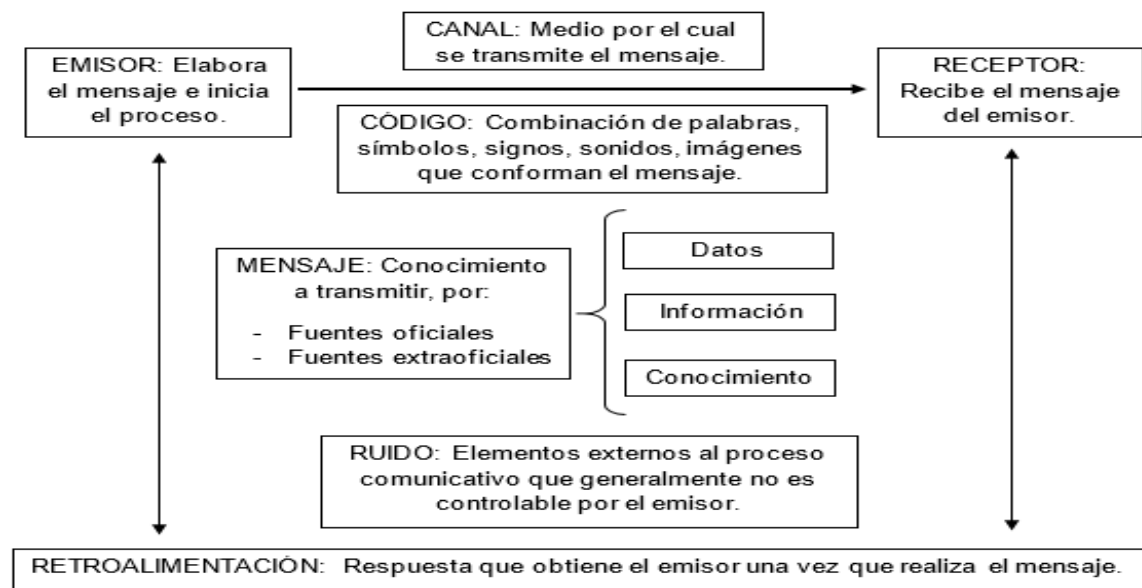


Figura 1. Proceso de Comunicación
Adaptado de: López (2020) (pp. 46-48)

2) Comunicación Interna

Según López (2020) refiere:

Que son todos los sucesos y las acciones que se realizan para la transferencia de información y conocimiento a los empleados de una empresa, con el objetivo de que realicen correctamente sus tareas y puedan cumplir con los objetivos asignados, de manera que entiendan mejor el funcionamiento y la filosofía de toda la organización. La función principal será la de formar, motivar y ayudar a los trabajadores en el desarrollo y desempeño de las labores. Con una comunicación adecuada, se menciona que los valores que orientan la labor de la empresa se ejecuten de manera directa en las labores diarias, el cual depende del sentido del flujo de la información, y así mismo se distinguen tres subtipos de comunicación interna: horizontal, vertical y diagonal. (pp. 51-52)

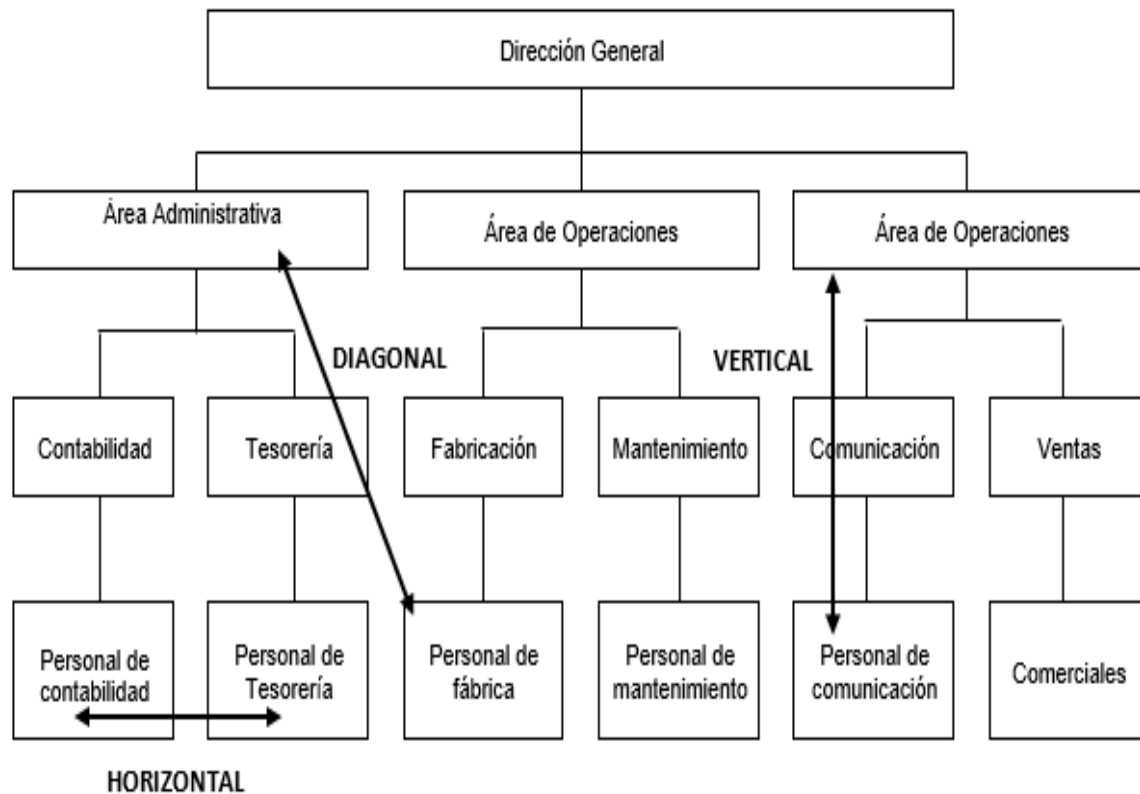


Figura 2. Comunicación Interna
Adaptado de: López (2020) (p. 53)

3) La comunicación formal

Según López (2020), refiere

La comunicación formal está basada en el uso de códigos, estándares, cauces y protocolos constituidos previamente de manera directa o indirecta. Además, la información elaborada puede estar establecida, ya sea de manera directa de las partes altas de la organización de la empresa, de manera que va estructurando el contenido, la forma y el canal de transmisión. Además, este puede tal como la elaboración de documentos formales y estandarizados de uso común en la empresa. (p. 56)

Asimismo, se puede adicionar que los mensajes transmitidos por el personal que atiende al usuario son formales, a pesar que estos se adapten y flexibilicen según al público al que va dirigido.

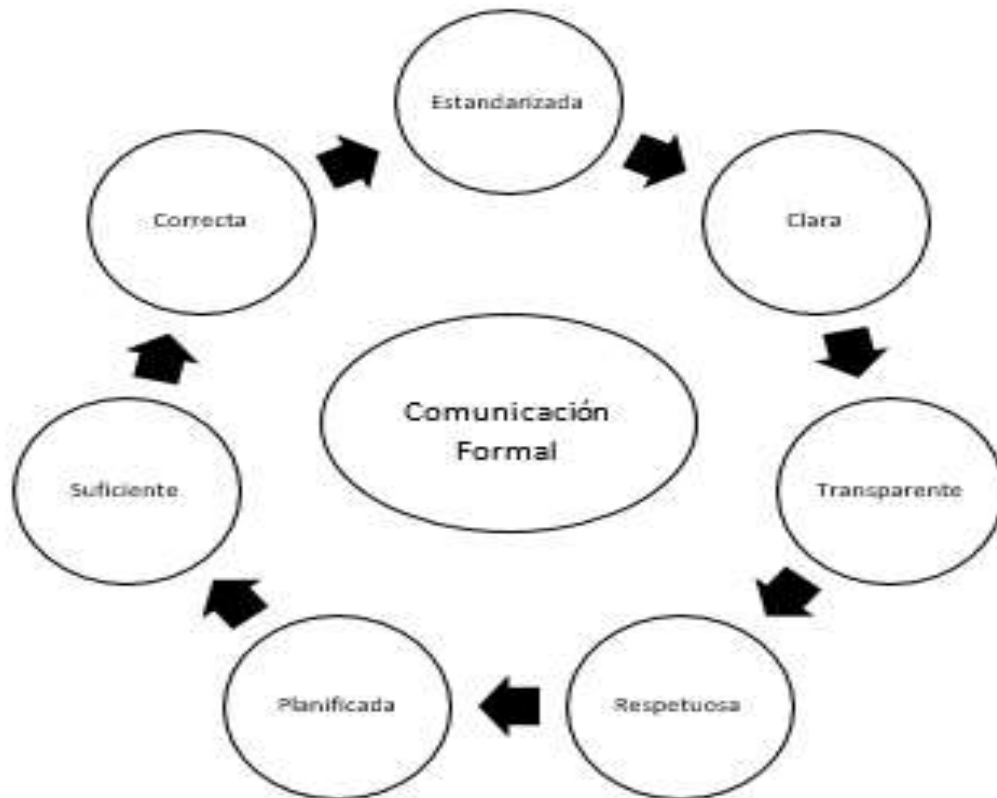


Figura 3. Características de la Comunicación Formal
Tomado de: López (2020) (p. 57)

2.2.2.6.2. Dimensión 2: Técnicas para una comunicación efectiva.

Según López (2020) refiere:

Para que las comunicaciones lleguen a realizarse, es necesario que los agentes entiendan el porqué de este tipo de trato y que crean realmente en él. Si esto ocurre, las decisiones que se efectúen en momentos de improvisación serán buenas y efectivas, ya que parten de su propia opinión favorable hacia esta filosofía. (p. 68)

Por ello se ve la necesidad que el personal interiorice y aplique las técnicas de comunicación efectivas, entre las cuales se pueden destacar a la empatía, asertividad, escucha activa, motivación y la planificación.

Indicadores

1) La Empatía

Según López (2020), refiere:

Es la destreza del agente para comprender los comportamientos, emociones, actitudes, del cliente, esto ayuda a dar un mejor aporte, para una mejor solución y actuación que estos con llevan a un bran beneficio y es de gran utilidad para los individuos. De forma más concisa, se menciona que la empatía consiste en ponerse en el lugar del cliente para comprenderlo mejor. (p. 68)

2) La asertividad

Según López (2020) refiere:

Es la capacidad de una persona, presenta una conducta equilibrada, donde se puede expresar los sentimientos de forma honesta y correcta, donde implica respetar los pensamientos y opiniones de otras personas. El asertividad permite que el individuo pueda expresarse directamente de una forma clara para que pueda transmitir seguridad y dominio de la situación comunicativa. Algunas características que debe cumplir una comunicación asertiva en el SAC podrían ser las siguientes:

- Sinceridad y transparencia.
- Utilización de un lenguaje adecuado.
- Neutralidad.
- Seguridad y dominio. (p. 69-70)

3) Escucha Activa

Según López (2020), precisa que:

Se puede mencionar como el conjunto de capacidades del agente para prestar atención a lo que el cliente quiere transmitir, con suficiencia al entendimiento y a la comprensión del mensaje trasmitido en la totalidad. La escucha activa, para el SAC, conllevará la realización de las siguientes actuaciones:

- El agente no solo debe oír o leer, debe intentar prestar atención para comprender (...)
- El agente no debe solo hablar.
- El agente no debe solo preguntar.
- El agente no debe pensar solo en sus objetivos.
- El agente no debe pensar solo en sí mismo. (p. 70)

2.2.2.6.3. *Dimensión 3: Gestión de los sistemas de información.*

Según López (2020), precisa que:

Es importante que las organizaciones busquen la satisfacción de sus clientes para que puedan contar con buenas fuentes de información sobre la empresa. Además, las organizaciones o empresas no solo deben buscar buenos sistemas de comunicación con sus clientes (como ya se estableció en las Unidades 3 y 4 de este libro), sino que así mismo, deben crear un sistema de gestión de datos coordinado y eficaz, que logre evitar las pérdidas de información a lo largo del tiempo, con procesos adecuados, que permita la comunicación de la información actualizada, veraz y relevante de todas las áreas empresariales interesadas. (p. 102)

Indicadores

1) Organización de los sistemas de información

Según López (2020) precisa que:

Para que una buena organización funcione, la fuente de información debe estar siempre disponible en las tareas diarias de la empresa, además debe existir un conjunto de procedimientos y actuaciones planteadas y consensuadas previamente por parte del Área Directiva. Además, todas las áreas de la empresa deben conocer los procedimientos que estén normalizados, así como la transmisión interna de información, o la de su almacenamiento. Es por ello que todos y cada uno de los departamentos y unidades organizacionales deben participar, colaborar y ser responsables del buen funcionamiento de los sistemas de información de uso interno. (p. 104)

2) Gestión de Base de Datos

Según López (2020) precisa que:

Las bases de datos son archivos electrónicos que generan una importante herramienta de trabajo [...] ya que suelen almacenar elementos de interés para el contacto con los clientes. Para la atención al cliente, consumidor y usuario, una base de datos es un archivo digital que almacena información también digitalizada y organizada y que puede ser manipulada o consultada a través de medios electrónicos como ordenadores, tabletas digitales y otros dispositivos móviles. (p. 117)

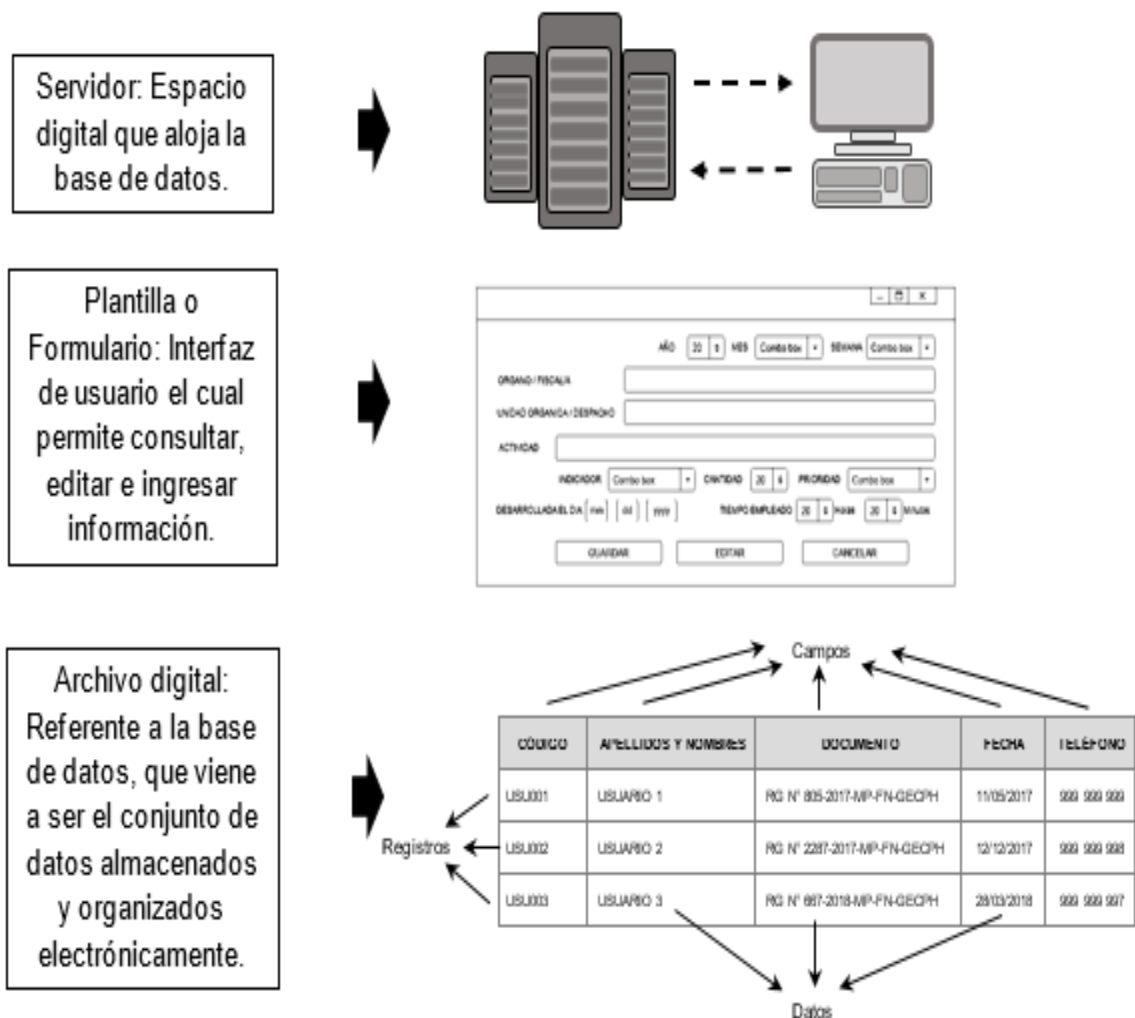


Figura 4. Elementos de una base de datos
Adaptado de López (2020) (pp. 118-119)

3) **Gestión de conflictos**

Según López (2020) precisa que: El conflicto, en sus términos más amplios, abarca multitud de aspectos de difícil concreción, por lo que solo podemos acercarnos a él de forma tentativa. Afortunadamente para nosotros, tenemos una gran experiencia vital de tratar con pequeños conflictos, grandes problemas, resolución de situaciones difíciles, etc. Esta experiencia vital conseguida a lo largo del proceso de socialización es un gran bagaje de conocimiento.

2.3. **Definición de términos básicos**

La cultura. Es valores, tradiciones, políticas, supuestos, comportamientos y creencias esenciales que se manifiesta en los símbolos, los mitos, el lenguaje y los comportamientos.

Comunicación. La comunicación formal está basada en el uso de códigos, estándares, cauces y protocolos constituidos previamente de manera directa o indirecta.

Énfasis. La capacitación busca que una persona adquiera capacidades o habilidades para el desarrollo de determinadas acciones.

Crecimiento. El crecimiento es la acción y efecto de crecer. Este verbo, a su vez, hace referencia a tomar aumento natural, a producir aumento por añadir una nueva materia o a adquirir aumento en sentido simbólico.

Mejoramiento. La acción de desarrollar o a las consecuencias de este accionar. Se trata de incrementar, agrandar, extender, ampliar o aumentar alguna característica de algo físico concreto.

Fortaleza. El concepto de fortaleza posee múltiples usos. Se lo presenta, por ejemplo, como un sinónimo de fuerza o de vigor.

Empatía. Es la destreza del agente para comprender los comportamientos, emociones, actitudes, del cliente, esto ayuda a dar un mejor aporte, para una mejor solución y actuación que estos con llevan a un gran beneficio y es de gran utilidad para los individuos.

Asertividad. Es la capacidad de una persona, presenta una conducta equilibrada, donde se puede expresar los sentimientos de forma honesta y correcta, donde implica respetar los pensamientos y opiniones de otras personas.

Escucha Activa. Se puede mencionar como el conjunto de capacidades del agente para prestar atención a lo que el cliente quiere transmitir, con suficiencia al entendimiento y a la comprensión del mensaje transmitido en la totalidad.

Planificar. Los esfuerzos que se realizan a fin de cumplir objetivos y hacer realidad diversos propósitos se enmarcan dentro de una planificación.

Comunicación Interna. Refiere que son todos los sucesos y las acciones que se realizan para la transferencia de información y conocimiento a los empleados de una empresa.

Capacitación. La capacitación busca que una persona adquiera capacidades o habilidades para el desarrollo de determinadas acciones.

Motivación. La incidencia es un acontecimiento que pasa muy rápidamente en un negocio y tendrá consecuencias en el mismo.

Erario Nacional. Conjunto de los recursos financieros de la Administración del Estado, ya sean en forma de dinero, valores o créditos obtenidos tanto por operaciones presupuestarias como extrapresupuestarias.

Gestión Pública. El estudio de la gestión pública aspira, además, a construir métodos de mejoramiento de lo público.

Usuario. Es un individuo que utiliza o trabaja con algún objeto o dispositivo o que usa algún servicio en particular.

Interfaz. La interfaz, por lo tanto, es una conexión entre dos máquinas de cualquier tipo, a las cuales les brinda un soporte para la comunicación a diferentes estratos.

Queja. Protesta es la acción y efecto de protestar proclamar o declarar un propósito, expresar impetuosamente una queja o disconformidad.

Información. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento.

Servicio. Es una acción para la satisfacción de una cierta necesidad. Lo público, por su parte, es aquello vinculado a toda la comunidad.

Gestión. El concepto de gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar.

Técnica. Esta noción sirve para describir a un tipo de acciones regidas por normas o un cierto protocolo que tiene el propósito de arribar a un resultado específico, tanto a nivel científico como tecnológico, artístico.

Comportamiento. Son las reacciones que causan aquellas funciones dentro de una situación, organización o en una persona.

Desarrollo. Son los pasos que uno debe seguir para lograr destacar en alguna situación de trabajo, en los estudios u otros aspectos.

Influencia. Es aquel poder que tiene una persona para determinar, incentivar y alterar el actuar o pensar de otra persona.

Organización. Es el conjunto comprendido por directivos, empleador y empleadores que son parte de la organización.

Recursos. Es un conjunto de diversos elementos para poder satisfacer una necesidad, resolver un problema o crear una empresa.

Selección. Se trata de realizar una elección dentro de un conjunto de individuos los cuales tienen una serie de cualidades.

Sistema. Es el conjunto de elementos que se encuentran relacionados entre sí y que funciona como un todo.

Talento. Es aquel aspecto que destaca de sus cualidades que puede tener un ser humano para competir.

III. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Hipótesis de la investigación

3.1.1. Hipótesis general.

HG Existe influencia de la cultura organizacional en la atención al usuario del Ministerio Público – 2020.

3.1.2. Hipótesis específicas.

HE 1 Existe influencia de la cultura organizacional en la comunicación para la atención al usuario del Ministerio Público – 2020.

HE 2 Existe influencia de la cultura organizacional en las técnicas para una comunicación efectiva con el usuario del Ministerio Público – 2020.

HE 3 Existe influencia de la cultura organizacional en la gestión de los sistemas de la información del usuario del Ministerio Público – 2020.

3.2. Variables de estudio

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) indican:

Una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse. El concepto de variable se aplica a personas u otros seres vivos, objetos, hechos y fenómenos, los cuales adquieren diversos valores respecto de la variable referida. (p. 105)

3.2.1. Definición conceptual.

Variable 1: Cultura Organizacional

Chiavenato (2009) menciona que:

La cultura organizacional no es algo que se pueda tocar, es observarse en razón de sus efectos y consecuencias. En este sentido, es parecida a un iceberg. En la parte superior, la que está por encima del nivel del agua, están los aspectos visibles y superficiales de las organizaciones, los cuales se derivan de su cultura. (p. 123)

Variable 2: Atención al Usuario

López (2020) menciona que: es aquel individuo que usa o disfruta de un servicio que ofrece una organización pública o privada, para su uso individual, así mismo puede estar presente la transacción económica o también puede ser que no exista algún beneficio económico. El usuario se identifica más con el uso de algún servicio de una organización.

3.2.2. Definición operacional.

Variable 1: Cultura Organizacional.

La cultura Organizacional se evalúa tomando en cuenta. 3 Dimensiones Crear y sostener una cultura, Creación de una cultura Organizacional Ética, Creación de una cultura Organizacional Positiva. Analizados sus atributos mediante un cuestionario.

Variable 2: Atención al Usuario

La atención al Usuario se evalúa tomando en cuenta.3 dimensiones La comunicación en la atención al cliente, Técnicas para una comunicación Efectiva, Gestión de los sistemas de Información, analizando sus atributos mediante un cuestionario.

3.3. Tipo y nivel de la investigación

3.3.1. Tipo de investigación

1) Aplicada

Según Tamayo (2003), señala que “se le denomina también activa o dinámica, se encuentra íntimamente ligada a la pura ya que depende de sus descubrimientos y aportes teóricos; es el estudio o aplicación de la investigación a problemas concretos” (p.42),

El tipo de investigación que se llevará a cabo será aplicado ya que tiene propósito de ser aplicada. El aporte que brinda este tipo de investigación es teórico.

2) Descriptiva

Este estudio de investigación posee un nivel descriptivo transaccional, porque se recogió información de la sede central del gobierno regional de Huancavelica, relacionado a los conceptos del sistema de control interno y administración financiera, además se realizó la aplicación descriptiva tal como se presenta en un momento determinado.

Según (Gallardo, 2017)

Se busca puntualizar las propiedades, las particulares y los perfiles de personas, conjuntos, entidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a una tesis, con el fin de constituir su estructura o táctica. Detalla tendencias de un conjunto o población. (p. 56)

3) Correlacional

Este estudio es correlacional porque su propósito es demostrar la relación que existe entre las dos variables, el sistema de control interno y la administración financiera; se “asume como intención conocer la correlación o establecer el valor de asociación (no causal) que preexista entre dos o más significaciones, categorías o variables en una muestra o contexto en particular”. (Bernal, 2016, p.140)

Por otro lado, Hernández et al (2014), indica que “Los estudios correlacionales asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población” (p. 93).

En ese sentido, el nivel de investigación que se optó en este estudio de investigación es de nivel descriptivo – correlacional debido a que se busca el vínculo entre las variables de cultura organizacional y atención al usuario.

Tabla 1.*Valores de la prueba de correlación de Rho Spearman*

| Valores | Lectura |
|------------------|--------------------------------|
| De -0,90 a -1 | Correlación muy alta |
| De -0.71 a -0.90 | Correlación alta |
| De -0.41 a -0.70 | Correlación moderada |
| De -0.21 a -0.40 | Correlación baja |
| De 0 a -0.20 | Correlación prácticamente nula |
| De 0 a 0.20 | Correlación prácticamente nula |
| De +0.21 a 0.40 | Correlación baja |
| De +0.41 a 0.70 | Correlación moderada |
| De +0.71 a 0.90 | Correlación alta |
| De +0.91 a 1 | Correlación muy alta |

Fuente: Tomado de Bisquerra, R. (2004). Metodología de la investigación Educativa. Madrid: Muralla.

Enfoque: Cuantitativo:

El trabajo de investigación está enfocado a una metodología cuantitativa por que se aplicara formas de análisis estadísticos, usando magnitudes numéricas. Según Gallardo (2017), menciona: “la investigación cuantitativa es la indagación de la literatura, esencialmente sirve para examinar variables significativas que puedan ser calculadas, direccionando el transcurso de la investigación y refutar el planteamiento y la necesidad de la monografía” (p.69).

Conforme a lo expuesto el enfoque cuantitativo pretende busca fórmulas, para los problemas e hipótesis de investigación y luego probarlas con la medición numérica.

3.4. Diseño de la investigación

3.4.1. Diseño no experimental

Según Hernández, et al (2014), indica que “son aquellos estudios realizados sin manipular las variables en lo que solo se observan los fenómenos en su contexto natural para analizarlos” (p.152).

De acuerdo a lo citado en el párrafo anterior, el autor puede referirse a que el estudio estará basado en este diseño utilizado, pues solo se observa la actualidad, y los datos se recolectan en tiempo establecido.

3.4.2. Enfoque de la investigación

Según Gómez (2012), precisa que “El enfoque cuantitativo se centra en obtener los resultados en datos numéricos que se obtienen por cada respuesta generalizada cuando se ha realizado la codificación” (p. 82).

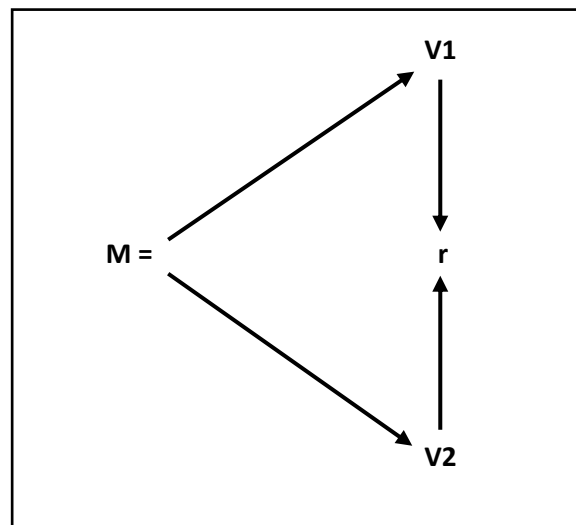
El presente estudio de investigación tiene un enfoque cuantitativo, debido a que nuestras hipótesis establecidas tienen que ser respaldadas por análisis estadísticos, los cuales se obtendrán cuando se aplique el instrumento (cuestionario), obteniendo la certeza para afirmar nuestra hipótesis.

3.4.3. Corte transversal

Según Hernández, et al (2014), indica que “los datos que se estudiaran se recopilan en un momento único con el propósito de analizar su incidencia e interrelación entre las variables” (p. 154).

El presente estudio de investigación está basado en un corte transversal debido a que la información que se recopila es en un mismo momento con la finalidad de obtener resultados y analizar la relación entre las variables (cultura organizacional y atención al usuario).

El gráfico correspondiente a este diseño es el siguiente:



Donde:

- M** : N° de trabajadores de Potencial Humano del Ministerio Público
- V1** : Variable Cultura Organizacional
- V2** : Variable Atención al Usuario
- r** : Incidencia que existe entre la Cultura Organizacional y la Atención al Usuario en el Ministerio Público, 2020.

Finalmente, se resume que la presente investigación el diseño de la investigación es no experimental, correlacional de corte transversal y enfoque cuantitativo, en consecuencia, no se manipula las variables de estudio (cultura organizacional y atención al usuario), debido a que se acatan los fenómenos en su contexto natural, para realizar la composición.

3.5. Población y muestra de estudio

3.5.1. Población.

Según Carrasco (2005), “Es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación”. (p. 236).

La población está conformada por los trabajadores del Ministerio Público de Lima, con edades entre los 18 a 60 años. Son un total de 50 colaboradores.

3.5.2. Muestra censal

Según López (1998), indica que “La muestra censal es todo aquel conjunto que representa la población es un determinado grupo elegido por sus fines en común” (p. 123).

La muestra son 50 trabajadores así mismo la investigación es censal debido a que es un grupo pequeño el cual es representado por toda la población para ser estudiada debido a que se tiene un aspecto en común y son parte de la misma organización.

3.5.3. Muestreo no probabilístico.

Según Hernández, et al (2014), señala que “las muestras no probabilísticas, determina que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las causas relacionadas con características y propósitos obedeciendo los criterios del investigador”. (p. 176)

Tipo de muestreo en el desarrollo de investigación es no probabilística- Muestreo por cuotas, debido que el Ministerio Público se cuenta con solo 50 colaboradores,

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas de recolección de datos.

La encuesta

Según Carrasco (2005) menciona que “la encuesta, es una técnica para la investigación social por excelencia debido a su utilidad, versatilidad y sencillez y objetividad de los datos que con ella se obtiene” (p. 314)

La técnica que se utilizó es la encuesta, que contiene un cierto número de preguntas sobre los rasgos de un determinado objeto de estudio, de esta manera se realizaron preguntas a una determinada población, con el fin de recaudar datos de información por medio del cuestionario antes diseñado.

3.6.2. Instrumentos de recolección de datos.

En esta investigación el instrumento es el cuestionario.

Según Carrasco (2005) menciona que el cuestionario. “Es el instrumento de investigación que es muy usado en cuando se estudian a un gran número de individuos, ya que logra obtener una respuesta directa, mediante la hoja de preguntas que se entrega a cada una de ellos” (p. 316)

En la investigación se ha utilizado como instrumento ideal el cuestionario, que consta de 36 preguntas planteados sobre las variables Cultura Organizacional y atención al usuario, de esta manera la encuesta nos brinda resultados óptimos.

La encuesta se aplicó a un total de 50 colaboradores del Ministerio Público de las sucursales de Lima, para determinar de esta manera si influye la cultura organizacional en la atención del usuario.

3.6.3. Escala de Likert

Según Hernández, et al (2014), precisa que “La escala de Likert es un conjunto de ítems que se expone en forma de afirmación para medir la reacción del sujeto en dos, tres o más categorías” (p. 238).

En ese sentido, este método en la investigación admite optar a las repuestas que se encuentran en 5 niveles, las mismas que nos permiten obtener una mejor interpretación para cada ítem.

Tabla 2.
Escala de Likert
Calificación y evaluación del cuestionario

| Puntuación | Afirmación |
|------------|--------------|
| 1 | Nunca |
| 2 | Casi nunca |
| 3 | A veces |
| 4 | Casi siempre |
| 5 | Siempre |

Fuente: elaboración Propia

3.6.4. Validez del instrumento

Según Hernández, et al (2014), indica que “la escala que mide un instrumento hace referencia al objeto de estudio que tiene que ser analizado e interpretado” (p. 200).

El instrumento del cuestionario para ser aprobado debe ser evaluado por juicio de expertos (1 metodólogo y 1 temático), con el propósito que se dé a conocer la validación del cuestionario.

Según Hernández, et al (2014), precisa que “la validez de expertos es el grado en que el instrumento realmente mide el interés de cada variable, según la evaluación de los expertos “voces calificativas” en el tema” (p.204).

En ese sentido, la validez de expertos consta de una evaluación rigurosa del instrumento del cual hemos optado por realizar nuestra investigación, ellos nos brindaran los detalles que se tiene que mejorar o informarnos que es correcto para iniciar nuestro estudio.

En la tesis: Influencia de la cultura organizacional en la atención al usuario del Ministerio Público Sede Lima periodo 2020, fue sometido a dicha validación, utilizándose el formato de evaluación de los ítems en tabla de Evaluación de Instrumentos por expertos, el cual tuvo el resultado que se detalla a continuación:

Tabla 3.

Resultados de la validación de expertos en la variable independiente Cultura Organizacional y la variable dependiente Atención al Usuario

| EXPERTO | Validador | Nivel de aplicación |
|----------------------------------|------------|---------------------|
| Mg. Méndez Escobar, Michel Jaime | Metodólogo | Aplicable |
| Mg. Falconi Atoche, Jhon Hayrol | Temático | Aplicable |

Fuente: Elaboración propia.

3.6.5. Confiabilidad del instrumento

Según Hernández, et al (2014), precisa que “la confiabilidad es el grado en que el instrumento produce resultados coherentes” (p. 200).

Existen diversos métodos que pueden calcular la confiabilidad del instrumento; sin embargo, para este estudio se ha optado por utilizar el Alfa de Cronbach.

Segun Cozby (2005) manifiesta que “El Alfa de Cronbach se basa en calcular la correlación de cada uno de las reacciones o ítems; resultando gran cantidad de coeficientes” (p. 98).

De lo citado, se define que el Alfa de Cronbach es una medida para evaluar la correlación planteada en la investigación y determina la relación entre las variables.

Tabla 4.
Nivel de confiabilidad de la variable Cultura Organizacional

| Estadísticas de fiabilidad | |
|-----------------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,879 | 18 |

Fuente: Alfa de Cronbach

Una prueba realizada a 50 trabajadores, se obtiene 0.879 evidenciando y concluyendo que la escala aplicada muestra una fuerte confiabilidad.

Tabla 5.
Nivel de confiabilidad de la variable Atención al Usuario

| Estadísticas de fiabilidad | |
|-----------------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,938 | 18 |

Fuente: Alfa de Cronbach

Una prueba realizada a 50 trabajadores, se obtiene 0.938 evidenciando y concluyendo que la escala aplicada muestra una alta confiabilidad.

Análisis de Fiabilidad:

Tabla 6.
Escala de interpretación de la confiabilidad

| Interpretación | Escala | | |
|------------------------|--------|---|------|
| Alta confiabilidad | 0.9 | a | 1 |
| Fuerte confiabilidad | 0.76 | a | 0.89 |
| Moderada confiabilidad | 0.5 | a | 0.75 |
| Baja confiabilidad | 0.01 | a | 0.49 |
| No es confiable | -1 | a | 0 |

Fuente: Pino (1982). Estadística. Lima: INIDE

3.7. Métodos de Análisis de datos

El procesamiento de datos ha sido mediante un análisis estadístico correlacional – descriptivo, en base a ello, se determinó la relación de la gestión del talento humano y el desarrollo organizacional, se optó por el análisis de correlación, coeficiente de Pearson cumpliéndose el supuesto de normalidad de los datos, la elaboración de tablas y gráficos de frecuencias absolutas y porcentuales se realizó con el programa de software estadístico SPSS.

3.8. Aspectos éticos

El presente estudio de investigación ha sido elaborado por el suscrito dentro de los estándares existentes y permitidos en el campo de la Investigación Científica y basado en principios éticos profesionales emitidos por el código de ética de la Universidad Privada TELESUP de integridad, objetividad, competencia profesional, confidencialidad y comportamiento profesional.

El investigador se compromete a respetar la veracidad de los resultados, la confiabilidad de los datos suministrados, a respetar la propiedad intelectual, así como respetar la autonomía y anonimato de los encuestados.

Asimismo, esta investigación ha sido desarrollada con la finalidad de mejorar la cultura organizacional en el Ministerio Público y su influencia en la atención al usuario, a fin de incentivar el compromiso en la Institución, para ello los colaboradores fueron informados de aquellos procedimientos logrando así resultados óptimos en bien del sector público que son los usuarios.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

Tabla 7.
Niveles de variable de Cultura Organizacional

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|-------|------------|------------|
| Válido | Bajo | 4 | 8,0 |
| | Medio | 27 | 54,0 |
| | Alto | 19 | 38,0 |
| Total | | 50 | 100,0 |

Fuente: Cuestionario propio

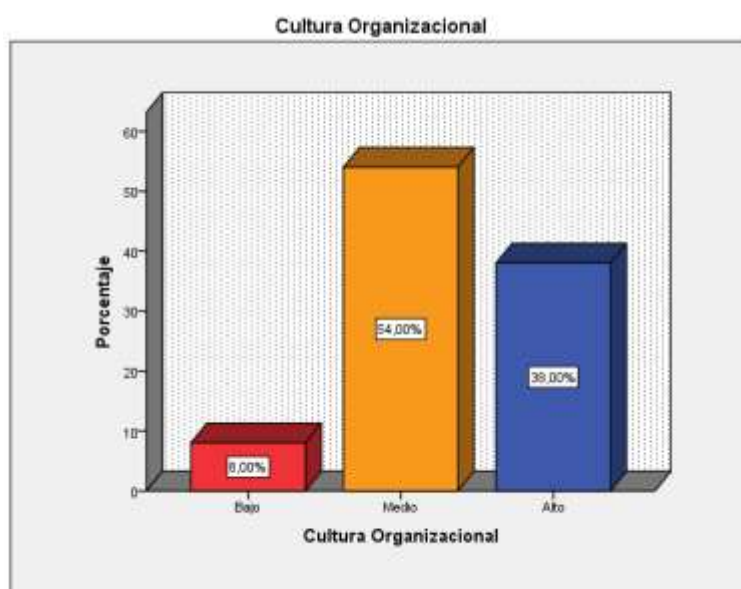


Figura 5. Niveles de Cultura Organizacional

En la tabla 6 y figura 5 se observa que, de los 50 trabajadores, 27 de ellos representan el 54% que manifiestan percibir niveles regulares referentes a la cultura organizacional, en contraste con 04 trabajadores que representan el 8% que indican percibir bajos niveles en temas de cultura organizacional en el Ministerio Público, en la ciudad de Lima del año 2020.

Tabla 8.
Niveles de variable de Atención al Usuario

| Atención al usuario | | | |
|---------------------|-------|------------|------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje |
| Válido | Bajo | 6 | 12,0 |
| | Medio | 20 | 40,0 |
| | Alto | 24 | 48,0 |
| Total | | 50 | 100,0 |

Fuente: Cuestionario propio

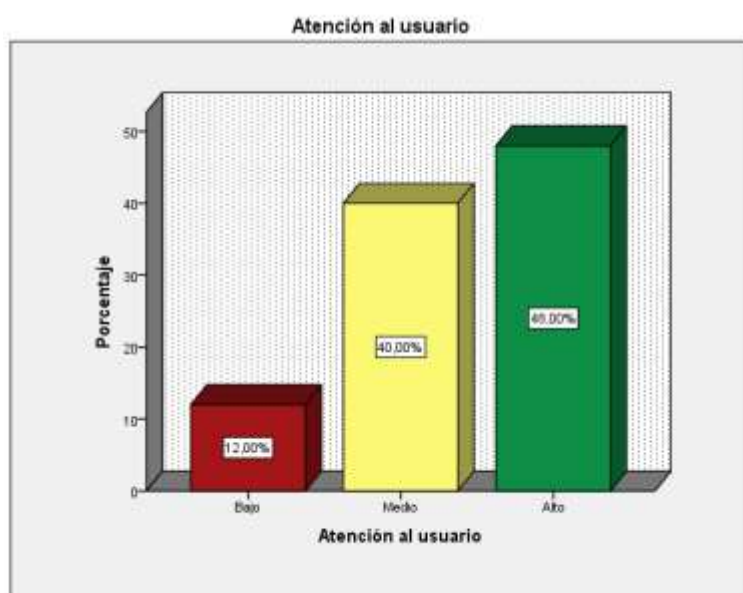


Figura 6. Niveles de Atención al Usuario

En la tabla 7 y figura 6 se observa que, de los 50 trabajadores, 20 de ellos representan el 40% que manifiestan percibir niveles regulares referentes a la atención al usuario, en contraste con 06 trabajadores que representan el 12% que indican percibir bajos niveles en temas de atención al usuario en el Ministerio Público, en la ciudad de Lima del año 2020.

Tabla 9.
Niveles de Comunicación en la atención al usuario

| La comunicación en la atención al usuario | | | | |
|---|-------|------------|------------|--|
| | | Frecuencia | Porcentaje | |
| Válido | Bajo | 8 | 16,0 | |
| | Medio | 22 | 44,0 | |
| | Alto | 20 | 40,0 | |
| Total | | 50 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario propio

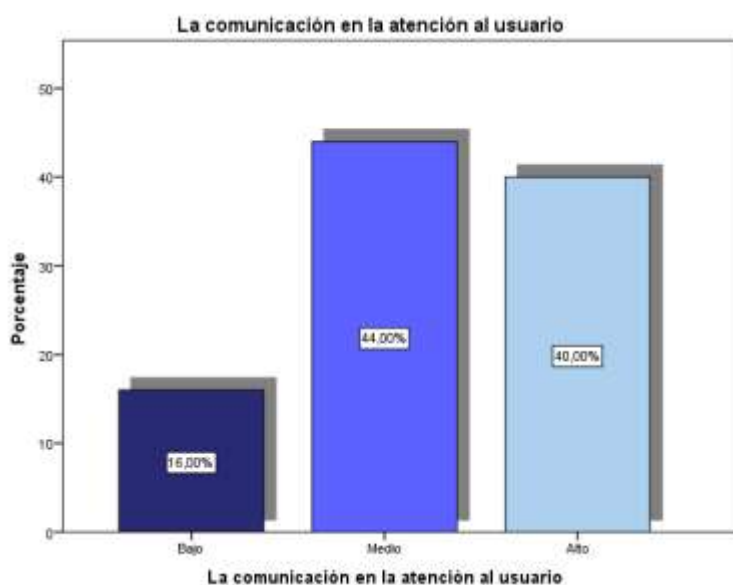


Figura 7. Niveles de comunicación en la atención al usuario

En la tabla 8 y figura 7 se observa que, de los 50 trabajadores, 22 de ellos representan el 44% que manifiestan percibir niveles regulares referentes a la comunicación en la atención al usuario, en contraste con 08 trabajadores que representan el 16% que indican percibir bajos niveles en temas de comunicación en la atención al usuario en el Ministerio Público, en la ciudad de Lima del año 2020.

Tabla 10.
Niveles de Técnicas para una comunicación efectiva

| Técnicas para una comunicación efectiva | | | | |
|---|-------|------------|------------|--|
| | | Frecuencia | Porcentaje | |
| Válido | Bajo | 3 | 6,0 | |
| | Medio | 15 | 30,0 | |
| | Alto | 32 | 64,0 | |
| Total | | 50 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario propio

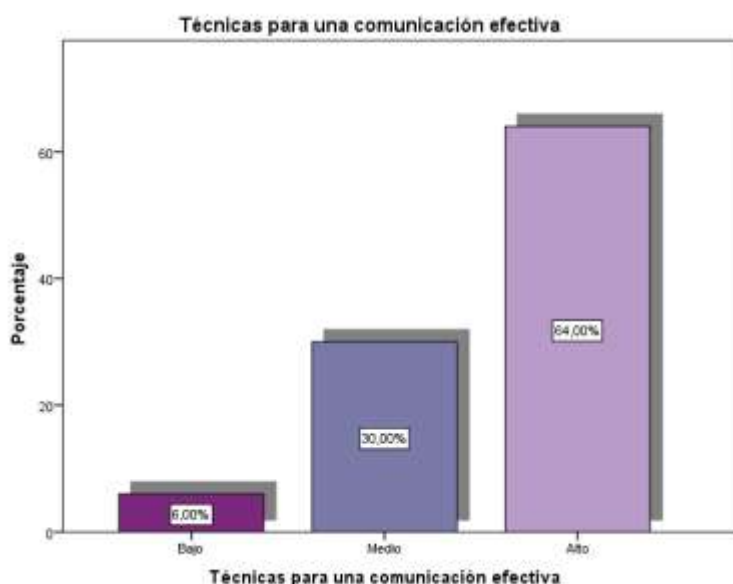


Figura 8. Niveles de Técnicas para una comunicación efectiva

En la tabla 9 y figura 8 se observa que, de los 50 trabajadores, 15 de ellos representan el 30% que manifiestan percibir niveles regulares referentes a las técnicas para una comunicación efectiva, en contraste con 03 trabajadores que representan el 6% que indican percibir bajos niveles en temas sobre técnicas para una comunicación efectiva en el Ministerio Público, en la ciudad de Lima del año 2020.

Tabla 11.
Niveles de Gestión de los sistemas de información

| Gestión de los sistemas de información | | | | |
|--|-------|------------|------------|--|
| Válido | | Frecuencia | Porcentaje | |
| | Bajo | 9 | 18,0 | |
| | Medio | 27 | 54,0 | |
| | Alto | 14 | 28,0 | |
| Total | | 50 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario propio

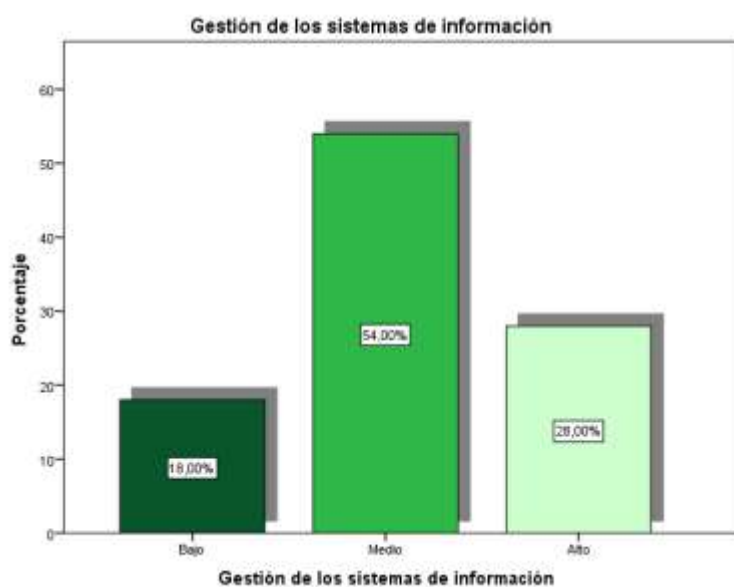


Figura 9. Niveles de Gestión de los sistemas de información

En la tabla 10 y figura 9 se observa que, de los 50 trabajadores, 27 de ellos representan el 54% que manifiestan percibir niveles regulares referentes a la gestión de los sistemas de información, en contraste con 09 trabajadores que representan el 18% que indican percibir bajos niveles en temas sobre gestión de los sistemas de información en el Ministerio Público, en la ciudad de Lima del año 2020.

4.2. Prueba de Hipótesis

4.2.1. Prueba de la hipótesis general

Ho: No existe influencia de la cultura organizacional en la atención al usuario del Ministerio Público – 2020.

H1: Existe influencia de la cultura organizacional en la atención al usuario del Ministerio Público – 2020.

Tabla 12.

Niveles de correlación y significancia de Cultura Organizacional y Atención al Usuario

| | | Correlaciones | | |
|---------------------|------------------------|-----------------------------|------------------------|---------------------|
| | | | Cultura organizacional | Atención al usuario |
| Rho de Spearman | Cultura organizacional | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,742** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 50 | 50 |
| Atención al usuario | | Coefficiente de correlación | ,742** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 50 | 50 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

La tabla 11, se observa la relación entre las variables determinada por el Rho de Spearman $p= 0.742$, lo cual significa, que la cultura organizacional se correlaciona de manera fuerte con la atención al usuario, siendo el sig. bilateral $p= 0.000$, la cual es menor a 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna la cual indica que existe influencia de la cultura organizacional en la atención al usuario del Ministerio Público, Lima - 2020.

4.2.2. Hipótesis específicas

4.2.2.1. Hipótesis específica 1

Ho: No existe influencia de la cultura organizacional en la comunicación para la atención al usuario del Ministerio Público – 2020.

H1: Existe influencia de la cultura organizacional en la comunicación para la atención al usuario del Ministerio Público – 2020.

Tabla 13.

Niveles de correlación y significancia de Cultura Organizacional y la Comunicación en la atención al usuario

| | | Correlaciones | | |
|-----------------|--|----------------------------|------------------------|--|
| | | | Cultura organizacional | Comunicación en la atención al usuario |
| Rho de Spearman | cultura organizacional | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,709** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 50 | 50 |
| | Comunicación en la atención al usuario | Coeficiente de correlación | ,709** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 50 | 50 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

La tabla 12, se observa la relación entre las variables determinada por el Rho de Spearman $\rho = 0.709$, lo cual significa, que la cultura organizacional se correlaciona de manera fuerte con la comunicación en la atención al usuario, siendo el sig. bilateral $p = 0.000$ la cual es menor a 0.05, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna la cual indica que existe influencia de la cultura organizacional en la comunicación para la atención al usuario del Ministerio Público, Lima - 2020.

4.2.2.2. Hipótesis específica 2

Ho: No existe influencia de la cultura organizacional en las técnicas para una comunicación efectiva con el usuario del Ministerio Público – 2020.

H1: Existe influencia de la cultura organizacional en las técnicas para una comunicación efectiva con el usuario del Ministerio Público – 2020.

Tabla 14.

Niveles de correlación y significancia de Cultura Organizacional y las Técnicas para la comunicación efectiva

| | | Correlaciones | | |
|---|----------------|-----------------------------|---------------------------|---|
| | | | Cultura organizacional | Técnicas para comunicación efectiva |
| Rho de Spearman | Cultura | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,649** |
| | organizacional | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 50 | 50 |
| Técnicas para comunicación efectiva | Técnicas para | Coefficiente de correlación | ,649** | 1,000 |
| | comunicación | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | efectiva | N | 50 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

La tabla 13, se observa la relación entre las variables determinada por el Rho de Spearman $p= 0.649$, lo cual significa, que la cultura organizacional se correlaciona de manera fuerte con las técnicas para la comunicación efectiva, siendo el sig bilateral $p= 0.000$ la cual es menor a 0.05 , por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna la cual indica que existe influencia de la cultura organizacional en las técnicas para una comunicación efectiva con el usuario del Ministerio Público, Lima - 2020.

4.2.2.3. Hipótesis específica 3

Ho: No existe influencia de la cultura organizacional en la gestión de los sistemas de la información del usuario del Ministerio Público – 2020.

H1: Existe influencia de la cultura organizacional en la gestión de los sistemas de la información del usuario del Ministerio Público – 2020.

Tabla 15.

Niveles de correlación y significancia de Cultura Organizacional y la Gestión de los sistemas de información

| | | Correlaciones | | |
|----------|----------------|----------------------------|---------------------------|---|
| | | | Cultura organizacional | Gestión de los sistemas de información |
| Rho de | Cultura | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,680** |
| Spearman | organizacional | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 50 | 50 |
| | Gestión de los | Coeficiente de correlación | ,680** | 1,000 |
| | sistemas de | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | información | N | 50 | 50 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

La tabla 14, se observa la relación entre las variables determinada por el Rho de Spearman $p= 0.680$, lo cual significa, que la cultura organizacional se correlaciona de manera fuerte con la gestión de los sistemas de información, siendo el sig bilateral $p= 0.000$ la cual es menor a 0.05 , por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna la cual indica que existe influencia de la cultura organizacional en la gestión de los sistemas de la información del usuario del Ministerio Público, Lima - 2020.

V. DISCUSIÓN

El análisis de los datos permitió responder el objetivo general, se concluyó que existe influencia de la cultura organizacional en la atención al usuario del Ministerio Público – 2020, esto indica que al incrementarse la cultura organizacional se incrementara la atención al usuario, este resultado coincide con los resultados obtenidos por León, F. (2018) en su investigación titulada “Cultura organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa Construcciones Modulares, Lima-2016”, llegó a los resultados se obtuvo un 100% de trabajadores; el 13.7% no percibe que existe cultura organizacional, el 15.8% no están implicados con la empresa, e 13.7% no percibe consistencia en la empresa, el 13.7% no sienten que forman parte de la misión de la empresa y el 20.0% no se sienten adaptados a la empresa. Finalmente, como conclusión se determina que existe una muy alta correlación entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral (Rho de Spearman de 0.999 y $p \leq 0.05$), también coincidieron con los resultados obtenidos por Escobar, H. (2016) en su investigación titulada “*Relación entre cultura organizacional y satisfacción laboral en la Empresa de Confecciones Textiles “Jeans Lennys” San Martín De Porres – 2016*”. (Tesis de Licenciado en Administración). Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad César Vallejo. Lima. Perú, sus resultados evidenciaron la relación significativa entre ambas variables, según la correlación $r = 0.487$ con una $p = 0.014$ ($p < 0.05$). Se concluyó que existe relación significativa entre las variables cultura organizacional y la satisfacción laboral.

Con respecto a los objetivos específicos, los resultados evidenciaron que existe influencia de la cultura organizacional en la comunicación para la atención al usuario del Ministerio Público – 2020, con respecto al segundo objetivo específico que existe influencia de la cultura organizacional en las técnicas para una comunicación efectiva con el usuario del Ministerio Público – 2020, finalmente en el tercer objetivo específico se evidencia que existe influencia de la cultura organizacional en la gestión de los sistemas de información del usuario del Ministerio Público – 2020.

VI. CONCLUSIONES

- Primera:** En el objetivo general, se concluyó que existe un nivel de correlación significativamente fuerte ($r=0.742$) siendo una correlación positiva entre la cultura organizacional y la atención al usuario en el Ministerio Público – 2020, con un nivel de significancia de 0.01 y $p=0.000$ menor a 0.05.
- Segunda:** Para el objetivo específico 1, se concluyó que existe un nivel de correlación significativamente fuerte ($r=0.709$) siendo una correlación positiva entre la cultura organizacional y la comunicación para la atención al usuario del Ministerio Público – 2020, con un nivel de significancia de 0.01 y $p=0.000$ menor a 0.05.
- Tercera:** Para el objetivo específico 2, se concluyó que existe un nivel de correlación significativamente fuerte ($r=0.649$) siendo una correlación positiva entre la cultura organizacional y las técnicas para una comunicación efectiva con el usuario del Ministerio Público – 2020, con un nivel de significancia de 0.01 y $p=0.000$ menor a 0.05.
- Cuarta:** Para el objetivo específico 3, se concluyó que existe un nivel de correlación significativamente fuerte ($r=0.680$) siendo una correlación positiva entre la cultura organizacional y la gestión de los sistemas de información del Ministerio Público – 2020, con un nivel de significancia de 0.01 y $p=0.000$ menor a 0.05.

VII. RECOMENDACIONES

- Primera:** Se recomienda que el Tipo de Cultura Organizacional actual se debe orientar hacia un tipo de cultura de atención con sistemas virtuales, más que en las técnicas y procedimientos clásicos; este tipo de cultura es más favorable y permitirá procesos competitivos y orientados a los resultados con acciones de atención en condiciones buenas del Ministerio Público de Lima.
- Segunda:** Se recomienda que los directivos del Ministerio Público de Lima implementar, mantener y promover las características fundamentales de la cultura organizacional orientada a los mejores servicios de atención para que el efecto de los resultados en la mejora continua del Ministerio Público de Lima.
- Tercera:** Se recomienda presentar estímulos que estarán orientados para el crecimiento personal y mantener la estabilidad en los puestos de trabajo de los colaboradores para elevar el grado de satisfacción en las actividades del Ministerio Público de Lima.
- Cuarta:** Se recomienda que los directivos del ministerio público de Lima mejorar la gestión de los sistemas de información, para que los resultados en la mejora continua del Ministerio Público de Lima, el cual sea más evidente.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

- Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*. recuperado de: [https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)
- Aguirre, A. (1996). *La antropología aplicada a la empresa*. Revista de antropología aplicada. Instituto de antropología de Barcelona
- Amorós, E. (2007). Comportamiento organizacional: En busca del desarrollo de Ventajas Competitivas. Escuela de Economía de USAT de Lambayeque. Perú
- Becerra, M y Cánova, F. (2017) *La cultura organizacional como factor influyente en la motivación laboral en los colaboradores de las sucursales de Miraflores de la cadena de hoteles Casa Andina, Lima, 2017''*, Universidad peruana de ciencias aplicadas, Lima - Perú. Recuperado de : https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623794/Becerra_AM_Canova_EF..pdf?sequence=12&isAllowed=y
- Brown, A (1992) *Gestión de la atención al cliente*. edición Díaz de santos. España
- Conforme, Z (2014) *Tesis modelo de gestión de atención al usuario del municipio del Cantón Baba*. Ecuador
- Deal, T Y Kennedy A (1985). *Cultura Corporativa*. México DF: Fondo Educativo Interamericano; 1985
- Demera, D. (2016) *Análisis de la cultura organizacional de la pucese, como estrategia de la gestión administrativa*. Pontificia universidad católica del ecuador sede Esmeraldas, Esmeraldas-Ecuador. Referido de: <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/704/1/DEMERA%20MEJIA%20MARITZA.pdf>
- Fleury, M. (1989). *Cultura y poder en las organizaciones*. Mc Graw hill. Bogota.

- Galarza, C (2016) Valores de la cultura organizacional y su influencia en la coordinación del trabajo en la Dirección de Talento Humano y las Coordinaciones Jurídica y de Planificación del Ministerio del Trabajo. Universidad Andina Simón Bolívar, Quito-Ecuador. Recuperado de : <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5436/1/T2148-MDTH-Galarza-Valores.pdf>
- Geertz, C. (1987). *La interpretación de las culturas*. Gediza. Barcelona
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. (5a Edición). México: McGraw-Hill.
- Hilario, K. (2017). Cultura organizacional y satisfacción laboral en la empresa Planeamiento & Gestión S.A.C. de la ciudad de Lima, 2017 (Tesis de Licenciatura). Universidad Peruana Unión, Lima. Recuperado de: https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/867/Keren_Tesis_bachelor_2017.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Iglesias María Emilia (2015). Metodología de la Investigación científica: Diseño y elaboración de protocolos y proyectos. Ciudad autónoma de Buenos Aires: Centro de publicaciones
- Kotler P y Armstrong g. (2003) *Fundamentos de marketing*, 6ta Ed. Edit. Prentice hall. México.
- León, F. (2018). Cultura organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa Construcciones Modulares, Lima-2016. Tesis para optar el título de Ingeniero Industrial, Escuela Académico Profesional de Ingeniería Industrial, Universidad Continental, Huancayo, Perú. Referido de > https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/5164/3/IV_FIN_108_TE_Leon_Torres_2018.pdf
- León, J. (2017). Cultura Organizacional en la empresa SIGSO Consultores Laborales, Lima. (Tesis de licenciatura en Psicología). Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1768/TRAB.S>

UF.POF.%20JENNIFER%20JULIANA%20LE%C3%93N%20YENGLER.pdf?
sequence=2&isAllowed=y

Lomas, R. (2017) Satisfacción laboral y su relación con la productividad de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Buenos Aires, en el año 2017. Universidad cesar vallejo, Tarapoto - Perú. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12891/lomas_pr.pdf?sequence=1

López, O. (2018) Cultura organizacional y productividad. Estudio de caso en una microempresa productora de botanas en Metepec, Estado de México, 2018. Universidad autónoma del estado de México, Toluca - México. Recuperado de: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/95193/TESIS%20Omar%20L%C3%B3pez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Montoya, C y Boyero, M (2013). El CRM como herramienta para el servicio al cliente en la organización. Revista Científica "Visión de futuro". Volumen 17, número 1. Argentina.

Pérez, V. (2007). Calidad Total en la Atención al Cliente: Pautas para Garantizar la Excelencia en el Servicio. Primera edición. Ideas propias Editorial. España.

Peters, T y Waterman, R (1984). En búsqueda de la excelencia. Norma. Bogotá. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=634hBJasWI4C&oi=fnd&pg=PA1&dq=tesis+de+atencion+al+cliente&ots=WYa>

Pino Gotuzzo Raúl (2017). *Metodología de la Investigación*. Editorial San Marcos E.I.R.L.

Robbins, S. (1999). Comportamiento organizacional. 8va. ed. México DF: Prentice Hall.

Robbins, S. y Judge, T (2009) Comportamiento organizacional. 13a edición. Pearson educación México

- Robbins, S. y Judge, T. (2009) Comportamiento organizacional. 13va. Edición. Pearson educación México
- Salazar, J. et al (2009) Clima y cultura organizacional: dos componentes esenciales en la productividad laboral. Acimed.
- Salazar, J. et al (2009) Clima y cultura organizacional: dos componentes esenciales en la productividad laboral. Acimed Referido de: <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v20n4/aci041009.pdf>
- Santizo, M. (2018) Cultura organizacional y motivación (Estudio realizado con colaboradores del área de producción de tejido, preparación y revisado de Fábrica Cantel de Quetzaltenango) Universidad Rafael Landívar. Quetzaltenango, Guatemala. Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/05/43/Santizo-Maria.pdf>
- Sanz, E. (1993). La realización de estudios de usuarios: una necesidad urgente. Revista general de Información y Documentación, vol.3 (1).
- Schein (1994) La cultura empresarial y EL liderazgo. Barcelona: Plaza & Janes.
- Serna, H. (2006). Conceptos básicos. En Servicio al cliente Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- Shannon, C. (1948). A Mathematical Theory at Communication. Bell System Technical journal, 27, 379-423; 623-656. Shannon, C. (1949). Communication Theory of Secrecy Systems. Bell System Technical journal, 28: 656-715. Shannon, C. & Weaver, W. (1948). The Mathematical Theory of Communication. Urbana, Il: Illinois UP.
- Torre, L y Afan, K. (2017) Cultura organizacional y la relación con el desempeño laboral en los trabajadores de la oficina de desarrollo técnico de la biblioteca nacional del Perú 2016. ´´Universidad san Ignacio de Loyola, Lima - Perú. Recuperado de: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2878/1/2017_De-la_Torre_Cultura-organizacional.pdf

Valdivieso, D. (2018) El clima organizacional y su relación con la satisfacción laboral de los empleados de la Fundación Polinal Ecuador. Universidad central del ecuador. Quito-Ecuador. Recuperado de: <http://200.12.169.19/bitstream/25000/14039/1/T-UCE-0007-PIO29-2017.pdf>

Yirda, A. (Última edición:25 de junio del 2020). Definición de Usuario. Recuperado de: [//conceptodefinicion.de/usuario/](http://conceptodefinicion.de/usuario/). Consultado el 3 de octubre del 2020

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

| "Influencia De La Cultura Organizacional En La Atención Al Usuario Del Ministerio Público Sede Lima - 2020" | | | | | | | | | |
|--|---|--|---|-------------------------------|--|---|---|---|--|
| | Problema General | Objetivo General | Hipótesis General | Variable | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Metodología | |
| "Influencia De La Cultura Organizacional En La Atención Al Usuario Del Ministerio Público Sede Lima - 2020" | ¿Cuál es la influencia de la cultura organizacional en la atención al usuario del Ministerio Público – 2020? | Determinar como la cultura organizacional influye en la atención al usuario del Ministerio Público – 2020. | Existe influencia de la cultura organizacional en la atención al usuario del Ministerio Público – 2020. | CULTURA ORGANIZACIONAL | Crear Y Sostener Una Cultura | Como Empieza Una Cultura | P1-P2 | Diseño Descriptivo – Correlacional | |
| | | | | | | Mantener Viva La Cultura | P3-P4 | | |
| | | | | | | Como Se Forma Una Cultura | P5-P6 | | |
| | Creación De Una Cultura Organizacional Ética | Sea Un Rol Modelo Visible. | P7-P8 | | | | | | |
| | | Comunique Expectativas Éticas | P9-P10 | | | | | | |
| | | Recompense Visiblemente Los Actos Éticos Y Castigue Los No Éticos. | P11-P12 | | | | | | |
| | Creación De Una Cultura Organizacional Positiva | Cultura Organizacional Positiva. | P13-P14 | | | | | | |
| | | Desarrollo De Las Fortalezas Del Empleado | P15-P16 | | | | | | |
| | | Énfasis En La Vitalidad Y Crecimiento | P17-P18 | | | | | | |
| | ¿Cuál es la influencia de la cultura organizacional en la comunicación para la atención al usuario del Ministerio Público – 2020? | Conocer como la cultura organizacional influye en la comunicación para la atención al usuario del Ministerio Público – 2020. | Existe influencia de la cultura organizacional en la comunicación para la atención al usuario del Ministerio Público – 2020. | ATENCIÓN AL USUARIO | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Diseño No Experimental De Corte Transversal | |
| | | | | | | La Comunicación En La Atención Al Usuario | Factores que Intervienen en el Proceso de la Comunicación | | P19-P20 |
| | | | | | | | Comunicación Interna | | P21-P22 |
| | La Comunicación Formal | P23-P24 | | | | | | | |
| | Técnicas Para Una Comunicación Efectiva | Empatía | P25-P26 | | | | | | |
| | | Asertividad | P27-P28 | | | | | | |
| | | Escucha Activa | P29-P30 | | | | | | |
| | ¿Cuál es la influencia de la cultura organizacional en la gestión de los sistemas de la información con el usuario del Ministerio Público – 2020? | Determinar como la cultura organizacional influye en la gestión de los sistemas de la información del usuario del Ministerio Público – 2020. | Existe influencia de la cultura organizacional en la gestión de los sistemas de la información del usuario del Ministerio Público – 2020. | | Gestión De Los Sistemas De Información | Organización De Los Sistemas De Información | P31-P32 | | Población Muestra Censada 50 Colaboradores |
| | | | | | | Gestión De Base De Datos | P33-P34 | | |
| Gestión De Conflictos | | | | P35-P36 | | | | | |
| | | | | | | | | Técnica Encuesta | |
| | | | | | | | | Instrumento Cuestionario Validado Por Juicio De Expertos Análisis De Datos Programa SPSS V.22 | |

Anexo 2: Matriz de operacionalización

Variable Cultura Organizacional

| Variable | Definición conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala Ordinal | Técnica | Instrumento |
|------------------------|---|--|---|---|---|----------|--------------|
| Cultura Organizacional | Chiavenato (2009) menciona que: la cultura organizacional no es algo que se pueda tocar, es observarse en razón de sus efectos y consecuencias. En este sentido, es parecida a un iceberg. En la parte superior, la que está por encima del nivel del agua, están los aspectos visibles y superficiales de las organizaciones, los cuales se derivan de su cultura. (p.123) | La cultura Organizacional se evalúa tomando en cuenta. 3 Dimensiones Crear y sostener una cultura, Creación de una cultura Organizacional Ética, Creación de una cultura Organizacional Positiva. Analizados sus atributos mediante un cuestionario. | <p><i>Crear Y Sostener Una Cultura</i></p> <p><i>Creación De Una Cultura Organizacional Ética</i></p> <p><i>Creación De Una Cultura Organizacional Positiva</i></p> | <p>- Como empieza una Cultura.</p> <p>- Mantener Viva La Cultura.</p> <p>- Como Se Forma Una Cultura</p> <p>- Sea Un Rol Modelo Visible.</p> <p>- Comunique Expectativas Éticas</p> <p>- Recompense Visiblemente</p> <p>- Los Actos Éticos Y Castigue Los No Éticos.</p> <p>- Cultura Organizacional Positiva.</p> <p>- Desarrollo De Las Fortalezas Del Empleado</p> <p>- Énfasis En La Vitalidad Y Crecimiento.</p> | <p>1= Nunca</p> <p>2= Casi nunca</p> <p>3= A veces</p> <p>4= Casi Siempre</p> <p>5= Siempre</p> | Encuesta | Cuestionario |

Variable Atención al Cliente

| Variable | Definición conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala Ordinal | Técnica | Instrumento |
|---------------------|--|---|--|--|---|----------|--------------|
| Atención al Usuario | López (2020) menciona que, es aquel individuo que usa o disfruta de un servicio que ofrece una organización pública o privada, para su uso individual, así mismo puede estar presente la transacción económica o también puede ser que no exista algún beneficio económico. El usuario se identifica más con el uso de algún servicio de una organización. | La atención al usuario se evalúa tomando en cuenta.3 dimensiones La comunicación en la atención al usuario, Técnicas para una comunicación Efectiva, Gestión de los sistemas de Información, analizando sus atributos mediante un cuestionario. | <p><i>-La Comunicación En La Atención Al Usuario.</i></p> <p><i>-Técnicas Para Una Comunicación Efectiva</i></p> <p><i>-Gestión De Los Sistemas De Información</i></p> | <p><i>- Factores Que Intervienen En El Proceso De La Comunicación</i></p> <p><i>- Comunicación Interna</i></p> <p><i>- La Comunicación Formal</i></p> <p><i>- Empatía</i></p> <p><i>- Asertividad</i></p> <p><i>- Escucha Activa</i></p> <p><i>- Organización de los sistemas de Información</i></p> <p><i>- Gestión de Base de Datos</i></p> <p><i>-Gestión de conflictos</i></p> | <p>1= Nunca</p> <p>2= Casi nunca</p> <p>3= A veces</p> <p>4= Casi Siempre</p> <p>5= Siempre</p> | Encuesta | Cuestionario |

Anexo 3: Instrumento

INSTRUCCIONES: Esta encuesta tiene como objetivo recabar información respecto a la “Influencia de La Cultura Organizacional en La Atención al Usuario del Ministerio Público - Sede Lima – 2020”.

En ese sentido, deberá marcar con una X según corresponda. Lea con atención y responda las preguntas con la verdad.

OPCIONES DE RESPUESTA

- 1= Nunca
- 2= Casi nunca
- 3= A veces
- 4= Casi siempre
- 5= Siempre

| Variable 1. CULTURA ORGANIZACIONAL | | ESCALA | | | | |
|--|---|--------|---|---|---|---|
| DIMENSIÓN 1: Cultura | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | ¿Consideras que la opinión de los colaboradores influye en la toma de decisiones? | | | | | |
| 2 | ¿Los colaboradores conocen la Misión y Visión del Ministerio Público? | | | | | |
| 3 | ¿El colaborador muestra identificación con el Ministerio Público, el cual se muestra en los valores institucionales? | | | | | |
| 4 | ¿Consideras que existe cooperación entre las diferentes áreas del Ministerio Público? | | | | | |
| 5 | ¿Existen acuerdos interpersonales para encontrar soluciones donde todos se vean beneficiados? | | | | | |
| 6 | ¿Considera que el colaborador se encuentra dispuesto al cambio afín de lograr objetivos institucionales? | | | | | |
| DIMENSIÓN 2: Cultura Organizacional Ética | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7 | ¿La institución efectúa la sensibilización a todo el personal sobre los valores y formas de hacer las cosas? | | | | | |
| 8 | ¿Considera que la conducta de los altos directivos en su desempeño juega un rol fundamental en la labor de los colaboradores? | | | | | |
| 9 | ¿Considera que todos los colaboradores conocen el Código de Ética, el cual nos indica que hacer o que no hacer? | | | | | |
| 10 | ¿Existe un claro manejo sobre la forma correcta o incorrecta de realizar las labores encomendadas? | | | | | |
| 11 | ¿La institución realiza reconocimientos por el trabajo realizado? | | | | | |
| 12 | ¿La institución invierte continuamente en recompensar al personal destacado? | | | | | |
| DIMENSIÓN 3: Cultura Organizacional Positiva | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13 | ¿Existe una cultura positiva dentro del grupo de trabajo? | | | | | |
| 14 | A fin de fortalecer la cultura organizacional, ¿La institución brinda con frecuencia capacitaciones a todo el personal? | | | | | |
| 15 | ¿Los temas que se desarrollan en las capacitaciones brindadas por la entidad son compatibles con las funciones que realiza? | | | | | |
| 16 | ¿Considera que existe solidaridad entre los colaboradores, el cual se hace de manifiesto en tu área? | | | | | |
| 17 | ¿Consideras que las capacitaciones impartidas al personal del área son muy frecuentes? | | | | | |
| 18 | ¿La entidad brinda facilidades para el desarrollo y crecimiento académico-profesional? | | | | | |

| Variable 2. ATENCIÓN AL USUARIO | | ESCALA | | | | |
|---|---|---------------|----------|----------|----------|----------|
| DIMENSIÓN 1: La comunicación en la atención al usuario | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19 | A fin de generar un vínculo permanente, ¿La Institución mantiene una adecuada comunicación con los usuarios y colaboradores? | | | | | |
| 20 | ¿Considera que existe una comunicación adecuada entre los colaboradores y los usuarios? | | | | | |
| 21 | ¿Su jefe brinda una retroalimentación constante sobre su labor diaria? | | | | | |
| 22 | ¿Existe un buen clima laboral en la atención al usuario? | | | | | |
| 23 | ¿Considera usted que la entidad utiliza adecuadamente los canales de comunicación como correos, memorándums, etc.? | | | | | |
| 24 | ¿Cree usted que la comunicación de los directivos hacia los colaboradores y usuarios es fluida? | | | | | |
| DIMENSIÓN 2: Comunicación efectiva | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 25 | ¿El nivel de compromiso laboral se expresa por el gran compañerismo a nivel interpersonal? | | | | | |
| 26 | ¿Consideras que una buena relación interpersonal con tu equipo de trabajo permite brindar una adecuada atención a los usuarios? | | | | | |
| 27 | ¿Consideras que la entidad ha logrado mediante un lenguaje adecuado una atención satisfactoria al usuario? | | | | | |
| 28 | ¿El colaborador muestra dominio y seguridad en la atención a pesar de que este difiera de las opiniones del usuario? | | | | | |
| 29 | ¿Considera que las sugerencias o reclamos de los usuarios son debidamente atendidos por la entidad? | | | | | |
| 30 | ¿Existe la predisposición de los colaboradores en escuchar al usuario a fin de brindar una adecuada resolución a su problemática? | | | | | |
| DIMENSIÓN 3: Gestión de los sistemas de información | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 31 | ¿Considera que la información interna que maneja la entidad se encuentra ordenada y de fácil manejo para el colaborador? | | | | | |
| 32 | ¿La información interna siempre está disponible para los colaboradores cuando estos la necesitan? | | | | | |
| 33 | ¿La entidad cuenta con sistemas, herramientas y equipos informáticos con una debida base de datos organizada, la misma que facilita el trabajo de manera apropiada? | | | | | |
| 34 | ¿La entidad se preocupa por desarrollar sistemas, aplicativos o herramientas con la finalidad de brindar una mejor atención al usuario? | | | | | |
| 35 | ¿Existe un procedimiento establecido para la atención de reclamos, el cual el usuario tiene conocimiento? | | | | | |
| 36 | ¿Los reclamos de los usuarios son fundamentados y se brinda la celeridad que corresponde? | | | | | |

Anexo 4: Validación de instrumento

| CERTIFICADO DE VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V1 CULTURA ORGANIZACIONAL | | | | | | | | |
|---|---|-----------------------|----|--------------------------|----|-------------------------|----|-------------|
| N° | DIMENSIONES / Ítems | Claridad ¹ | | Pertinencia ² | | Relevancia ³ | | SUGERENCIAS |
| Variable 1. CULTURA ORGANIZACIONAL | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| | DIMENSIÓN 1: Cultura | | | | | | | |
| 1 | ¿Consideras que la opinión de los colaboradores influye en la toma de decisiones? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 2 | ¿Los colaboradores conocen la Misión y Visión del Ministerio Público? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 3 | ¿El colaborador muestra identificación con el Ministerio Público, el cual se muestra en los valores institucionales? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 4 | ¿Consideras que existe cooperación entre las diferentes áreas del Ministerio Público? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 5 | ¿Existen acuerdos interpersonales para encontrar soluciones donde todos se vean beneficiados? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 6 | ¿Considera que el colaborador se encuentra dispuesto al cambio afín de lograr objetivos institucionales? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| | DIMENSIÓN 2: Cultura Organizacional Ética | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| 7 | ¿La institución efectúa la sensibilización a todo el personal sobre los valores y formas de hacer las cosas? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 8 | ¿Considera que la conducta de los altos directivos en su desempeño juega un rol fundamental en la labor de los colaboradores? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 9 | ¿Considera que todos los colaboradores conocen el Código de Ética, el cual nos indica que hacer o que no hacer? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 10 | ¿Existe un claro manejo sobre la forma correcta o incorrecta de realizar las labores encomendadas? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 11 | ¿La institución realiza reconocimientos por el trabajo realizado? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 12 | ¿La institución invierte continuamente en recompensar al personal destacado? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| | DIMENSIÓN 3: Cultura Organizacional Positiva | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| 13 | ¿Existe una cultura positiva dentro del grupo de trabajo? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 14 | A fin de fortalecer la cultura organizacional, ¿La institución brinda con frecuencia capacitaciones a todo el personal? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 15 | ¿Los temas que se desarrollan en las capacitaciones brindadas por la entidad son compatibles con las funciones que realiza? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 16 | ¿Considera que existe solidaridad entre los colaboradores, el cual se hace de manifiesto en tu área? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 17 | ¿Consideras que las capacitaciones impartidas al personal del área son muy frecuentes? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 18 | ¿La entidad brinda facilidades para el desarrollo y crecimiento académico-profesional? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (x) Aplicable después de corregir ()

No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador. Dr

(Mg) M. Michel Jaime Mender Escobar
MBA - Administradora

DNI: 10797162

Especialidad del validador:

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado. Atestación

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

07 de Noviembre del 2020


Firma del Experto Informante.

| CERTIFICADO DE VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V2 ATENCIÓN AL USUARIO | | | | | | | | |
|--|---|-----------------------|----|--------------------------|----|-------------------------|----|-------------|
| N° | DIMENSIONES / Ítems | Claridad ¹ | | Pertinencia ² | | Relevancia ³ | | SUGERENCIAS |
| | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| Variable 2. ATENCIÓN AL USUARIO | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 1: La comunicación en la atención al usuario | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| 19 | A fin de generar un vínculo permanente, ¿La Institución mantiene una adecuada comunicación con los usuarios y colaboradores? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 20 | ¿Considera que existe una comunicación adecuada entre los colaboradores y los usuarios? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 21 | ¿Su jefe brinda una retroalimentación constante sobre su labor diaria? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 22 | ¿Existe un buen clima laboral en la atención al usuario? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 23 | ¿Considera usted que la entidad utiliza adecuadamente los canales de comunicación como correos, memorándums, etc.? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 24 | ¿Cree usted que la comunicación de los directivos hacia los colaboradores y usuarios es fluida? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| DIMENSIÓN 2: Comunicación efectiva | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| 25 | ¿El nivel de compromiso laboral se expresa por el gran compañerismo a nivel interpersonal? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 26 | ¿Consideras que una buena relación interpersonal con tu equipo de trabajo permite brindar una adecuada atención a los usuarios? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 27 | ¿Consideras que la entidad ha logrado mediante un lenguaje adecuado una atención satisfactoria al usuario? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 28 | ¿El colaborador muestra dominio y seguridad en la atención a pesar de que este difiera de las opiniones del usuario? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 29 | ¿Considera que las sugerencias o reclamos de los usuarios son debidamente atendidos por la entidad? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 30 | ¿Existe la predisposición de los colaboradores en escuchar al usuario a fin de brindar una adecuada resolución a su problemática? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| DIMENSIÓN 3: Gestión de los sistemas de información | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| 31 | ¿Considera que la información interna que maneja la entidad se encuentra ordenada y de fácil manejo para el colaborador? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 32 | ¿La información interna siempre está disponible para los colaboradores cuando estos la necesitan? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 33 | ¿La entidad cuenta con sistemas, herramientas y equipos informáticos con una debida base de datos organizada, la misma que facilita el trabajo de manera apropiada? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 34 | ¿La entidad se preocupa por desarrollar sistemas, aplicativos o herramientas con la finalidad de brindar una mejor atención al usuario? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 35 | ¿Existe un procedimiento establecido para la atención de reclamos, el cual el usuario tiene conocimiento? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 36 | ¿Los reclamos de los usuarios son fundamentados y se brinda la celeridad que corresponde? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (x) Aplicable después de corregir ()
No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ (Mg) Mg. Michel Jaime Hender Escobar
MBA - Administrativa

DNI: 10797162

Especialidad del validador:
¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado. Metodología

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

07 de Noviembre del 2020


Firma del Experto Informante.

| CERTIFICADO DE VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V1 CULTURA ORGANIZACIONAL | | | | | | | | |
|---|---|-----------------------|----|--------------------------|----|-------------------------|----|-------------|
| N° | DIMENSIONES / Ítems | Claridad ¹ | | Pertinencia ² | | Relevancia ³ | | SUGERENCIAS |
| | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| Variable 1. CULTURA ORGANIZACIONAL | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 1: Cultura | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| 1 | ¿Consideras que la opinión de los colaboradores influye en la toma de decisiones? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 2 | ¿Los colaboradores conocen la Misión y Visión del Ministerio Público? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 3 | ¿El colaborador muestra identificación con el Ministerio Público, el cual se muestra en los valores institucionales? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 4 | ¿Consideras que existe cooperación entre las diferentes áreas del Ministerio Público? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 5 | ¿Existen acuerdos interpersonales para encontrar soluciones donde todos se vean beneficiados? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 6 | ¿Considera que el colaborador se encuentra dispuesto al cambio afín de lograr objetivos institucionales? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| DIMENSIÓN 2: Cultura Organizacional Ética | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| 7 | ¿La institución efectúa la sensibilización a todo el personal sobre los valores y formas de hacer las cosas? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 8 | ¿Considera que la conducta de los altos directivos en su desempeño juega un rol fundamental en la labor de los colaboradores? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 9 | ¿Considera que todos los colaboradores conocen el Código de Ética, el cual nos indica que hacer o que no hacer? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 10 | ¿Existe un claro manejo sobre la forma correcta o incorrecta de realizar las labores encomendadas? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 11 | ¿La institución realiza reconocimientos por el trabajo realizado? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 12 | ¿La institución invierte continuamente en recompensar al personal destacado? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| DIMENSIÓN 3: Cultura Organizacional Positiva | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| 13 | ¿Existe una cultura positiva dentro del grupo de trabajo? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 14 | A fin de fortalecer la cultura organizacional, ¿La institución brinda con frecuencia capacitaciones a todo el personal? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 15 | ¿Los temas que se desarrollan en las capacitaciones brindadas por la entidad son compatibles con las funciones que realiza? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 16 | ¿Considera que existe solidaridad entre los colaboradores, el cual se hace de manifiesto en tu área? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 17 | ¿Consideras que las capacitaciones impartidas al personal del área son muy frecuentes? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 18 | ¿La entidad brinda facilidades para el desarrollo y crecimiento académico-profesional? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X)

Aplicable después de corregir () No Aplicable ()

Apellidos y nombres del Juez evaluador: FALCONI ATOCHE JHON HAYROL

DNI: 43460177

Especialidad del evaluador: MAESTRO EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS

¹ Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

² Pertinencia: Si el ítem pertenece a la dimensión.

³ Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Firma del Experto Informante.

| CERTIFICADO DE VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V2 ATENCIÓN AL USUARIO | | | | | | | | |
|--|---|-----------------------|----|--------------------------|----|-------------------------|----|-------------|
| N° | DIMENSIONES / Ítems | Claridad ¹ | | Pertinencia ² | | Relevancia ³ | | SUGERENCIAS |
| Variable 2. ATENCIÓN AL USUARIO | | | | | | | | |
| | DIMENSIÓN 1: La comunicación en la atención al usuario | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| 19 | A fin de generar un vínculo permanente, ¿La Institución mantiene una adecuada comunicación con los usuarios y colaboradores? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 20 | ¿Considera que existe una comunicación adecuada entre los colaboradores y los usuarios? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 21 | ¿Su jefe brinda una retroalimentación constante sobre su labor diaria? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 22 | ¿Existe un buen clima laboral en la atención al usuario? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 23 | ¿Considera usted que la entidad utiliza adecuadamente los canales de comunicación como correos, memorándums, etc.? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 24 | ¿Cree usted que la comunicación de los directivos hacia los colaboradores y usuarios es fluida? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| | DIMENSIÓN 2: Comunicación efectiva | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| 25 | ¿El nivel de compromiso laboral se expresa por el gran compañerismo a nivel interpersonal? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 26 | ¿Consideras que una buena relación interpersonal con tu equipo de trabajo permite brindar una adecuada atención a los usuarios? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 27 | ¿Consideras que la entidad ha logrado mediante un lenguaje adecuado una atención satisfactoria al usuario? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 28 | ¿El colaborador muestra dominio y seguridad en la atención a pesar de que este difiera de las opiniones del usuario? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 29 | ¿Considera que las sugerencias o reclamos de los usuarios son debidamente atendidos por la entidad? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 30 | ¿Existe la predisposición de los colaboradores en escuchar al usuario a fin de brindar una adecuada resolución a su problemática? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| | DIMENSIÓN 3: Gestión de los sistemas de información | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| 31 | ¿Considera que la información interna que maneja la entidad se encuentra ordenada y de fácil manejo para el colaborador? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 32 | ¿La información interna siempre está disponible para los colaboradores cuando estos la necesitan? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 33 | ¿La entidad cuenta con sistemas, herramientas y equipos informáticos con una debida base de datos organizada, la misma que facilita el trabajo de manera apropiada? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 34 | ¿La entidad se preocupa por desarrollar sistemas, aplicativos o herramientas con la finalidad de brindar una mejor atención al usuario? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 35 | ¿Existe un procedimiento establecido para la atención de reclamos, el cual el usuario tiene conocimiento? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 36 | ¿Los reclamos de los usuarios son fundamentados y se brinda la celeridad que corresponde? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia); HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X)

Aplicable después de corregir () No Aplicable ()

Apellidos y nombres del Juez evaluador: FALCONI ATOCHE JHON HAYROL

DNI: 43460177

Especialidad del evaluador: MAESTRO EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS

¹ Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

² Pertinencia: Si el ítem pertenece a la dimensión.

³ Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Firma del Experto Informante.

Anexo 5: Matriz de datos

| Variable | CULTURA ORGANIZACIONAL | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------|------------------------------|--------|--------------|--------|--------------------------|--------|--|--------|---------------------|---------|------------|---------|---|---------|--------------------------|---------|-------------------------|---------|
| Dimensiones | Crear y sostener una cultura | | | | | | Creación de una cultura organizacional ética | | | | | | Creación de una cultura organizacional positiva | | | | | |
| Indicadores | Cultura | | Cultura viva | | Formación de una cultura | | Rol del modelo visible | | Expectativas éticas | | Recompensa | | Cultura organizacional positiva | | Desarrollo de fortalezas | | Vitalidad y crecimiento | |
| ENCUESTADOS | ítem 1 | ítem 2 | ítem 3 | ítem 4 | ítem 5 | ítem 6 | ítem 7 | ítem 8 | ítem 9 | ítem 10 | ítem 11 | ítem 12 | ítem 13 | ítem 14 | ítem 15 | ítem 16 | ítem 17 | ítem 18 |
| Encuestado 1 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 1 |
| Encuestado 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Encuestado 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 | 1 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| Encuestado 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| Encuestado 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Encuestado 6 | 2 | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 |
| Encuestado 7 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 |
| Encuestado 8 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Encuestado 9 | 4 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 5 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 |
| Encuestado 10 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| Encuestado 11 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| Encuestado 12 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 |
| Encuestado 13 | 5 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 3 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Encuestado 14 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| Encuestado 15 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Encuestado 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 1 | 1 | 1 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 |
| Encuestado 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 1 | 5 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 |
| Encuestado 18 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 5 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 |
| Encuestado 19 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 |
| Encuestado 20 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| Encuestado 21 | 4 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Encuestado 22 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 |
| Encuestado 23 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Encuestado 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 1 | 1 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 |
| Encuestado 25 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| Encuestado 26 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| Encuestado 27 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| Encuestado 28 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 |
| Encuestado 29 | 4 | 1 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 1 | 1 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Encuestado 30 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 5 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 4 |
| Encuestado 31 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Encuestado 32 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 5 | 1 | 5 | 1 | 2 | 1 | 1 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 |
| Encuestado 33 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Encuestado 34 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Encuestado 35 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| Encuestado 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| Encuestado 37 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| Encuestado 38 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| Encuestado 39 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 |
| Encuestado 40 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| Encuestado 41 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Encuestado 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Encuestado 43 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 1 | 1 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| Encuestado 44 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| Encuestado 45 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| Encuestado 46 | 1 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Encuestado 47 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| Encuestado 48 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Encuestado 49 | 4 | 5 | 4 | 1 | 4 | 5 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 |
| Encuestado 50 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 |

| Variable | ATENCIÓN AL USUARIO | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------|---|---------|----------------------|---------|---------------------|---------|---|---------|-------------|---------|----------------|---------|--|---------|--------------------------|---------|-----------------------|---------|
| Dimensiones | La comunicación en la atención al usuario | | | | | | Técnicas para una comunicación efectiva | | | | | | Gestión de los sistemas de información | | | | | |
| Indicadores | Comunicación | | Comunicación interna | | Comunicación formal | | Empatía | | Asertividad | | Escucha activa | | Sistemas de información | | Gestión de base de datos | | Gestión de conflictos | |
| ENCUESTADOS | ítem 19 | ítem 20 | ítem 21 | ítem 22 | ítem 23 | ítem 24 | ítem 25 | ítem 26 | ítem 27 | ítem 28 | ítem 29 | ítem 30 | ítem 31 | ítem 32 | ítem 33 | ítem 34 | ítem 35 | ítem 36 |
| Encuestado 1 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Encuestado 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Encuestado 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Encuestado 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 |
| Encuestado 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Encuestado 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| Encuestado 7 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 |
| Encuestado 8 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Encuestado 9 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 |
| Encuestado 10 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| Encuestado 11 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 |
| Encuestado 12 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 |
| Encuestado 13 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 |
| Encuestado 14 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| Encuestado 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Encuestado 16 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 |
| Encuestado 17 | 1 | 3 | 1 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| Encuestado 18 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Encuestado 19 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| Encuestado 20 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Encuestado 21 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| Encuestado 22 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| Encuestado 23 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| Encuestado 24 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Encuestado 25 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 |
| Encuestado 26 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 5 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 |
| Encuestado 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Encuestado 28 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Encuestado 29 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 5 | 5 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Encuestado 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 |
| Encuestado 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| Encuestado 32 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| Encuestado 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Encuestado 34 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Encuestado 35 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Encuestado 36 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| Encuestado 37 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Encuestado 38 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Encuestado 39 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Encuestado 40 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 |
| Encuestado 41 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Encuestado 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Encuestado 43 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| Encuestado 44 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| Encuestado 45 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 |
| Encuestado 46 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 |
| Encuestado 47 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 4 |
| Encuestado 48 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 |
| Encuestado 49 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 |
| Encuestado 50 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 |

proyectos de tesis [Carpeta de datos] - MSN SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Estadística Gráficos Marketing directo Gráficos Estadística Herramientas Ayuda

| | Nombre | Tipo | Anchura | Decimales | Etiquetas | Valores | Perdidas | Columnas | Alineación | Medida | Rot |
|----|-------------------------|----------|---------|-----------|---|------------|----------|----------|------------|---------|---------|
| 19 | y1 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 20 | y2 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 21 | y3 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 22 | y4 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 10 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 23 | y5 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 24 | y6 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 25 | y7 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 26 | y8 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 27 | y9 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 28 | y10 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 29 | y11 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 30 | y12 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 31 | y13 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 32 | y14 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 33 | y15 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 34 | y16 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 35 | y17 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 10 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 36 | y18 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 37 | VAR1 | Nomérico | 8 | 2 | | Ninguna | Ninguna | 10 | Derrecho | Escala | Entrada |
| 38 | VAR2 | Nomérico | 8 | 2 | | Ninguna | Ninguna | 10 | Derrecho | Escala | Entrada |
| 39 | DIV2 | Nomérico | 8 | 2 | | Ninguna | Ninguna | 10 | Derrecho | Escala | Entrada |
| 40 | DIV2 | Nomérico | 8 | 2 | | Ninguna | Ninguna | 10 | Derrecho | Escala | Entrada |
| 41 | DIV2 | Nomérico | 8 | 2 | | Ninguna | Ninguna | 10 | Derrecho | Escala | Entrada |
| 42 | Cultura_Organizacional_ | Nomérico | 5 | 0 | Cultura Organizacional | (1, Dept.) | Ninguna | 25 | Derrecho | Ordinal | Entrada |
| 43 | Atención_al_cliente_ | Nomérico | 5 | 0 | Atención al cliente | (1, Dept.) | Ninguna | 23 | Derrecho | Ordinal | Entrada |
| 44 | DIV2_ | Nomérico | 5 | 0 | La comunicación en la atención al cliente | (1, Dept.) | Ninguna | 10 | Derrecho | Ordinal | Entrada |
| 45 | DIV2_ | Nomérico | 5 | 0 | Técnicas para una comunicación efectiva | (1, Dept.) | Ninguna | 10 | Derrecho | Ordinal | Entrada |
| 46 | DIV2_ | Nomérico | 5 | 0 | Gestión de los sistemas de información | (1, Dept.) | Ninguna | 10 | Derrecho | Ordinal | Entrada |
| 47 | | | | | | | | | | | |

Lista de datos: [Ver de variables](#)

MSN SPSS Statistics Processor está listo. Última actualización: 13/04/2021

proyectos de tesis [Carpeta de datos] - MSN SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Estadística Gráficos Marketing directo Gráficos Estadística Herramientas Ayuda

| | Nombre | Tipo | Anchura | Decimales | Etiquetas | Valores | Perdidas | Columnas | Alineación | Medida | Rot |
|----|-------------------------|----------|---------|-----------|---|------------|----------|----------|------------|---------|---------|
| 19 | y1 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 20 | y2 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 21 | y3 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 22 | y4 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 10 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 23 | y5 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 24 | y6 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 25 | y7 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 26 | y8 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 27 | y9 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 28 | y10 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 29 | y11 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 30 | y12 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 31 | y13 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 32 | y14 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 33 | y15 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 34 | y16 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 35 | y17 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 10 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 36 | y18 | Nomérico | 12 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 12 | Derrecho | Nominal | Entrada |
| 37 | VAR1 | Nomérico | 8 | 2 | | Ninguna | Ninguna | 10 | Derrecho | Escala | Entrada |
| 38 | VAR2 | Nomérico | 8 | 2 | | Ninguna | Ninguna | 10 | Derrecho | Escala | Entrada |
| 39 | DIV2 | Nomérico | 8 | 2 | | Ninguna | Ninguna | 10 | Derrecho | Escala | Entrada |
| 40 | DIV2 | Nomérico | 8 | 2 | | Ninguna | Ninguna | 10 | Derrecho | Escala | Entrada |
| 41 | DIV2 | Nomérico | 8 | 2 | | Ninguna | Ninguna | 10 | Derrecho | Escala | Entrada |
| 42 | Cultura_Organizacional_ | Nomérico | 5 | 0 | Cultura Organizacional | (1, Dept.) | Ninguna | 25 | Derrecho | Ordinal | Entrada |
| 43 | Atención_al_cliente_ | Nomérico | 5 | 0 | Atención al cliente | (1, Dept.) | Ninguna | 23 | Derrecho | Ordinal | Entrada |
| 44 | DIV2_ | Nomérico | 5 | 0 | La comunicación en la atención al cliente | (1, Dept.) | Ninguna | 10 | Derrecho | Ordinal | Entrada |
| 45 | DIV2_ | Nomérico | 5 | 0 | Técnicas para una comunicación efectiva | (1, Dept.) | Ninguna | 10 | Derrecho | Ordinal | Entrada |
| 46 | DIV2_ | Nomérico | 5 | 0 | Gestión de los sistemas de información | (1, Dept.) | Ninguna | 10 | Derrecho | Ordinal | Entrada |
| 47 | | | | | | | | | | | |

Lista de datos: [Ver de variables](#)

MSN SPSS Statistics Processor está listo. Última actualización: 13/04/2021

Anexo 6: Propuesta de valor

El presente trabajo buscó explorar un tema relativamente nuevo para la Oficina de Administración de Recursos Humano del Ministerio Público en la sede de Lima, ya que a la fecha el desconocimiento de una Cultura Organizacional aunado a la falta de empatía, la escucha activa y la atención oportuna, ha ocasionado entre otros la vulneración a algunos derechos sociolaborales como son las vacaciones y los beneficios sociales, incurriéndose en la gran mayoría en sanciones por el órgano fiscalizador como es el SUNAFIL.

Si bien es cierto existe la necesidad de mejorar la influencia de una cultura organizacional en las actividades diarias de la Oficina de Administración de Potencial Humano del Ministerio Público en la sede de Lima; a fin de conocer con exactitud la situación actual para la toma de decisiones y acciones de corresponder en el preciso momento, a efectos de coadyuvar la mejora continua en la institución.

Se recomienda que el Tipo de Cultura Organizacional actual se debe orientar hacia un tipo de cultura de atención con sistemas virtuales ya que resultados más que en las técnicas y procedimientos clásicos; este tipo de cultura es más favorable y permitirá procesos competitivos y orientados a los resultados con acciones de atención en condiciones buenas del Ministerio Público de Lima.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, el principal objetivo de esta tesis es Determinar relación entre la influencia de la cultura organizacional y la atención al usuario del Ministerio Público sede Lima – 2020.

Que se puede tomar como una propuesta de valor ya que soluciona un problema de la realidad en cuanto a la cultura organizacional para mejorar la atención del usuario del Ministerio Público en la sede de Lima en el 2020.