



UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP

**FACULTAD DE CIENCIAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN,
FINANZAS Y NEGOCIOS GLOBALES**

TESIS

**FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE INTERNO Y EL
CLIMA LABORAL EN LA CLÍNICA VETERINARIA
CAYETANO HEREDIA, LIMA 2019**

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

AUTOR:

Bach. LAZO ZUMAETA, LIZBETH MARYLIN

LIMA – PERÚ

2019

ASESOR DE TESIS

DR. JUSTINIANO AYBAR HUAMANI

JURADO EXAMINADOR

DR. ALFREDO GUILLERMO RIVERO GUILLÉN
Presidente

MG. ERNESTO ARCE GUEVARA
Secretario:

MG. MICHEL JAIME MENDEZ ESCOBAR
Vocal

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primer lugar a mi esposo, a mi bebé, a mi mamá, por ser mi guía, empuje para lograr mis objetivos y por su amor incondicional, sobre todo gracias a Dios por darme las fuerzas suficientes para seguir adelante.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco, a mi familia, a mi Asesor Dr. Justiniano Aybar y a todas las personas que de una u otra manera participaron para la realización de mi trabajo de Tesis.

RESUMEN

La presente investigación se realizó con la finalidad de determinar la relación existente entre la Fidelización del Cliente y el Clima Laboral de la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019. El problema general se refiere a la interrogante: ¿Qué relación existe entre la fidelización del cliente interno y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?, cuya hipótesis general indica lo siguiente: ¿Existe relación entre la fidelización del cliente interno y el clima laboral en la clínica veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?

Las variables de estudio fueron: Variable independiente “Fidelización del Cliente Interno” y la variable dependiente “Clima Laboral”, se utilizó el diseño No experimental de corte transversal, de tipo descriptivo, como técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta, cuyo instrumento fue el cuestionario, el cual se aplicó a la muestra conformada por 20 trabajadores para medir la fidelización del cliente interno y el clima laboral.

El cuestionario fue de 30 preguntas, estructuradas en 15 preguntas por la variable Fidelización del cliente interno y 15 preguntar por la variable del clima laboral.

Se utilizó la escala de Likert con 5 alternativas de respuestas: 5: Muy de acuerdo, 4: De acuerdo, 3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2: Muy en desacuerdo y 1: En desacuerdo.

Se utilizó el programa SPSS para el cálculo del nivel de confiabilidad de los instrumentos mediante el método Alpha Cronbach, este índice se aplicó al primer instrumento de recolección de datos, el cual mide la primera variable, Fidelización del cliente interno, en cuyo caso, el índice reportó un valor de 0,8177 y aplicado el mismo índice a la segunda variable denominado clima laboral, el valor obtenido fue de 0,8534. En ambos casos, según las escalas estándares, señalan que ambos instrumentos son confiables.

La prueba de hipótesis realizada mediante la metodología de R de Pearson determinó que las variables Fidelización del cliente interno y el clima laboral tienen correlación media, basado en el valor del estadístico hallado, obteniendo el valor de 0.590, significando que existe una correlación media, a un nivel de significancia del 5%.

Palabras clave: Fidelización, Clima Laboral, Cliente.

ABSTRACT

The present investigation was carried out in order to determine the relationship between Customer Loyalty and the Work Climate of the Cayetano Heredia Veterinary Clinic, Lima 2019.

The general problem refers to the question: What is the relationship between the loyalty of the internal client and the working environment in the Cayetano Heredia veterinary clinic year 2019?, whose general hypothesis indicates the following: Is there a relationship between internal client loyalty and the working climate in the Cayetano Heredia Veterinary Clinic, Lima 2019?

The study variables were: Independent variable "Loyalty of the Internal Client" and the dependent variable "Working Climate", the non-experimental cross-sectional design was used, of a descriptive type, as a data collection technique the survey was used, whose instrument was the questionnaire, which was applied to the sample consisting of 20 workers to measure the loyalty of the internal client and the work environment.

The questionnaire was 30 questions, structured in 15 questions by the variable Loyalty of the internal client and 15 questions by the variable of the work climate.

We used the Likert scale with 5 alternative answers: 5: Strongly agree, 4: Agree, 3: Neither agree nor disagree, 2: Strongly disagree and 1: Disagree.

The SPSS program was used to calculate the level of reliability of the instruments using the Alpha Cronbach method, this index was applied to the first data collection instrument, which measures the first variable, Internal customer loyalty, in which case, the index reported a value of 0.8177 and applied the same index to the second variable called work environment, the value obtained was 0.8534. In both cases, according to standard scales, they indicate that both instruments are reliable.

The hypothesis test carried out using Pearson's R methodology, determined that the variables Loyalty of the internal client and the work environment, have a medium correlation, based on the value of the statistic found, obtaining the value of 0.590, meaning that there is an average correlation, at a 5% level of significance.

Keywords: Loyalty, Work Climate, Client.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARATULA	i
ASESOR DE TESIS	ii
JURADO EXAMINADOR.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
INTRODUCCIÓN	xv
I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
1.1. Planteamiento del problema.....	16
1.2. Formulación del problema	17
1.2.1. Problema general	17
1.2.2. Problemas específicos	17
1.3. Justificación del estudio.....	17
1.3.1. Justificación teórica	17
1.3.2. Justificación práctica	18
1.3.3. Justificación metodológica	18
1.3.4. Justificación social.....	18
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
2.1.2. Antecedentes Internacionales	26
2.2. Bases teóricas de las variables	30
2.2.1. Fidelización del Cliente Interno.	30

2.2.2. Clima Laboral	31
2.3. Definición de términos básicos	34
III: MÉTODOS Y MATERIALES	46
3.1. Hipótesis de la Investigación	46
3.1.1. Hipótesis general.....	46
3.1.2. Hipótesis específicas.....	46
3.2. Variables de estudio	46
3.2.1. Definición conceptual	46
3.2.2. Definición operacional	47
3.3. Tipo y Nivel de investigación	47
3.3.1. Tipo	47
3.3.2. Nivel de la investigación.....	48
3.4. Diseño de la investigación.....	48
3.5. Población y muestra de estudio	48
3.5.1. Población	48
3.5.2. Muestra	48
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	49
3.6.1. Técnicas de recolección de datos	49
3.6.2. Instrumentos de recolección de datos.....	49
3.7. Métodos de análisis de datos	50
3.8. Aspectos éticos	50
IV. RESULTADOS	51
4.1. Matriz de Puntuación.....	51
4.2. Análisis Descriptivo de las Variables	53
4.3. Contrastación de Hipótesis.....	61
4.3.1. Bases teóricas para la contrastación de hipótesis.....	61
4.3.2. Contrastación de la Hipótesis General	61
4.3.3. Contrastación de la Hipótesis Específica 1.	63
4.3.4. Contrastación de la Hipótesis Específica 2.	64
4.3.5. Contrastación de la Hipótesis Específica 3.	65
4.3.6. Contrastación de la Hipótesis Específica 4.	67
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	69
VI. CONCLUSIONES	72

VII. RECOMENDACIONES.....	73
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	74
ANEXOS	76
Anexo 1: Matriz de consistencia	77
Anexo 2: Matriz de operacionalización	78
Anexo 3: Instrumentos	80
Anexo 4: Validación de instrumentos.....	83
Anexo 5: Base de recolección de datos.....	88
Anexo 6: Fotos clínica veterinaria Cayetano Heredia	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Matriz de puntuaciones de las variables en estudio con sus respectivas dimensiones.....	51
Tabla 2.	Distribución de frecuencias Fidelización del Cliente Interno en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.	53
Tabla 3.	Distribución de frecuencias de la variable Fidelización del Cliente Interno y sus dimensiones en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.	54
Tabla 4.	Distribución de frecuencias del Clima Laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.	55
Tabla 5.	Distribución de frecuencias del Desempeño laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.	56
Tabla 6.	Distribución de frecuencias del crecimiento profesional del trabajador en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.	57
Tabla 7.	Distribución de frecuencias de oportunidades de crecimiento en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.	58
Tabla 8.	Distribución de frecuencias de Compañerismo en el trabajo en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.	59
Tabla 6.	Distribución de frecuencias de la variable Clima Laboral y sus dimensiones en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.....	60

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	Distribución de frecuencias Fidelización del Cliente Interno en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.	53
Gráfico 2.	Distribución de frecuencias de la variable Fidelización del cliente interno y sus dimensiones en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019	54
Gráfico 3.	Distribución de frecuencias Clima Laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.	55
Gráfico 4.	Distribución de frecuencias Desempeño laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.	56
Gráfico 5.	Distribución de frecuencias Crecimiento profesional del trabajador en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.	57
Gráfico 6.	Distribución de frecuencias Oportunidades de crecimiento en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.	58
Gráfico 7.	Distribución de frecuencias Compañerismo en el trabajo en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.	59
Gráfico 8.	Distribución de frecuencias de la variable Clima Laboral y sus dimensiones en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia año 2019.	59

INTRODUCCIÓN

La fidelización del cliente interno indica aspectos importantes que conlleva a la organización a designar la importancia de una adecuada fidelización, el cual se considera como una herramienta de vital estratégica que permite el desarrollo integral, grupal e individual, por consiguiente los trabajadores se sienten fidelizados y trabajan con un buen clima laboral dentro de una organización siendo de vital importancia quienes dedican su tiempo y esfuerzo para el desarrollo y el cumplimiento de los objetivos de la institución.

Esta investigación está desarrollada en siete capítulos, los cuales a continuación se detallan: En el Capítulo I, presentamos el planteamiento del problema donde se detallan los diferentes aspectos deficientes de la Fidelización del Cliente Interno en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019, donde también se indica la formulación del problema general y problemas específicos, donde se enfoca la relación que existe entre la variable de Fidelización del Cliente y la variable del Clima Laboral, así como la justificación del estudio siendo el resultado de este trabajo fuente de información para la continuación de mejoras y por último los objetivos de la investigación que determina el grado de relación entre las dimensiones de las dos variables.

Capítulo II: Marco Teórico, se citan los antecedentes de los autores de tesis nacionales e internacionales, mostrando las conclusiones de cada uno de los productos de las investigaciones, se explica las definiciones de las variables Fidelización de Cliente Interno y el Clima Laboral, concluyendo con la definición de ciertos términos básicos.

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

A las empresas de hoy en día al que debemos prestar mucha atención importante a nuestro personal interno. Con tantas oportunidades de empleo disponibles para la gente responsable y eficaz hay muchas empresas que valoran al personal que se merezca y tratan de que permanezcan en sus puestos de trabajo en la empresa no solo que estén fidelizados con ella sino, que también tengan un buen trato como seres humanos, mejor dicho, tengan un buen clima laboral.

Es por ello que las empresas, deben plantearse que es un tema serio y de vital importancia, el realizar un esfuerzo valioso en mantener a sus empleados contentos.

Actualmente en la clínica veterinaria no hay fidelización significa estar comprometido con la empresa y debido a ciertas incidencias que viene teniendo la clínica que arrastra varios años los trabajadores renuncian a cada momento, y no se observa que haya tan buen clima laboral.

La clínica debe buscar cómo satisfacer las necesidades específicas de cada trabajador. El director de la Clínica debe preocuparse por ello ya que deberían demostrar humanidad y lealtad hacia el empleado.

Un empleado con una actitud positiva en su trabajo y en las relaciones con sus compañeros y con los clientes, está menos predispuesto a abandonar la empresa, porque su vinculación con ella es mayor.

Como dicen James C. Collins y Jerry I. Porras, “Una ideología clara y bien expresada atrae a la empresa a personas cuyos valores personales son compatibles con los valores centrales de la misma. Y la inversa; repele a aquellos cuyos valores personales son incompatibles”. Es necesario tener una relación fluida entre el empleado y su superior directo, ya que esta relación es la que realmente permitirá su permanencia futura en su lugar de trabajo.

Las recompensas no monetarias hacen que la vida del empleado sea mucho mejor y más cómoda, de este modo se logra una mayor lealtad. La empresa debe ser creativa en la forma de encontrar motivaciones de este tipo, cuyo objetivo sea la retención del empleado y así de esta manera la empresa sea exitosa.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

- ¿Qué relación existe entre la Fidelización del Cliente Interno y el Clima Laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Qué relación existe entre el compromiso del trabajador y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?
- ¿Qué relación existe entre el liderazgo, productividad del trabajador y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?
- ¿Qué relación existe entre los incentivos, beneficios y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?
- ¿Qué relación existe entre la satisfacción del cliente interno y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?

1.3. Justificación del estudio

1.3.1. Justificación teórica

El presente trabajo de investigación pretende demostrar que existe relación entre las variables Fidelización del cliente interno y el clima laboral, aplicado a la población de trabajadores de la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019. Asimismo, este estudio reunió toda la información teórica importante y relevante en relación a lo mencionado; la cual beneficiará a la Clínica en la toma de decisiones acertadas en materia de generar un clima laboral adecuado, para obtener un mejor funcionamiento y una mejor atención a los pacientes (mascotas); teniendo en cuenta que los resultados arribados y la metodología

utilizada van a contribuir a reforzar los conocimientos acerca de las variables planteadas.

1.3.2. Justificación práctica

El estudio en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia ha optado por obtener una mejor fidelización del cliente interno y un mejor clima laboral, para mantener a sus trabajadores cómodos en sus puestos de trabajo.

El estudio se justifica de manera práctica, en la medida en que despierten curiosidad por los resultados y la utilización de la metodología planteada, sirviendo como referencia para su posterior ampliación o réplica hacia otras realidades, pudiendo ser favorable y acertada para otras entidades, estudiantes y tesisistas interesados en el tema, como a la comunidad en general.

1.3.3. Justificación metodológica

El estudio se justifica porque se realizará en base a procedimientos, técnicas e instrumentos diseñados para el desarrollo de la investigación de los cuales han pasado por validez y confiabilidad, verificando su utilidad y confiabilidad, tanto en la coherencia en la medición de las variables, como en la confianza en el proceso de repetibilidad, considerando que la metodología planteada puede servir a otros estudios similares, en realidades diferentes.

1.3.4. Justificación social

El estudio en la parte social brindará aportes a la sociedad en la medida que apoya la población en cuanto al mejoramiento de la satisfacción y fidelización, tratando a los clientes con las mascotas a ser atendidos por la empresa en estudio.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

- Determinar la relación entre la fidelización del cliente interno y el clima laboral en la clínica veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar qué relación existe entre el compromiso del trabajador y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.
- Determinar qué relación existe entre el liderazgo, productividad del trabajador y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.
- Determinar qué relación existe entre los incentivos, beneficios y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.
- Determinar qué relación existe entre la satisfacción del cliente interno y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

Dicha investigación proviene de la revisión bibliográfica de diversas investigaciones más importantes que tratan acerca de este tema de la cual se encontraron antecedentes en el ámbito, nacional e internacional.

2.1.1. Antecedentes Nacionales

Variable 1: Fidelización del Cliente Interno

Salazar L. (2017). Según su tesis, “Calidad del Servicio y Fidelización del cliente en la empresa Papeles Industriales y Comerciales S.A.C.”. Año 2017”. (Tesis de Licenciado en Administración), Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. Cuyo objetivo general fue lo siguiente: determinar la relación entre la calidad del servicio y la fidelización de los clientes de la empresa Papeles Industriales y Comerciales SAC. 2017, determinar la relación de la seguridad y la fidelización de los clientes de la empresa Papeles Industriales y Comerciales SAC. 2017, determinar la relación de la empatía y la fidelización de los clientes de la empresa Papeles Industriales y Comerciales SAC. 2017.

Asimismo, se llegó a la conclusión el objetivo principal es determinar si existe relación entre calidad del servicio y fidelización del cliente de la empresa Papeles Industriales y Comerciales SAC. 2017, mediante la prueba de correlación de Spearman, se puede evidenciar que existe relación entre calidad del servicio y fidelización del cliente, considerando que tiene correlación moderada de 0.606**.

Palomino G. (2017). Según su tesis, “Fidelización de Clientes de la empresa Perú Food S.A.C., San Juan de Lurigancho, 2016”. (Tesis de Licenciado en Administración), Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. Cuyos objetivos fueron los siguientes: Identificar las características que presenta la fidelización de clientes en la empresa Perú Food, San Juan de Lurigancho, 2016, describir las características de la información en la fidelización de clientes en la empresa Perú

Food, San Juan de Lurigancho, 2016, describir las características de los incentivos en la fidelización de clientes en la empresa Perú Food, San Juan de Lurigancho, 2016. , describir las características de la experiencia del cliente en la fidelización de clientes en la empresa Perú Food, San Juan de Lurigancho, 2015, describir las características del marketing interno en la fidelización de clientes en la empresa Perú Food, San Juan de Lurigancho, 2016, describir la comunicación en la fidelización de clientes en la empresa Perú Food, San Juan de Lurigancho, 2016. La conclusión principal es que la fidelización de clientes de la empresa Perú Food se encuentra en un nivel intermedio según los clientes que así la calificaron.

Puicón M. (2017). Según su tesis, “Marketing relacional y fidelización de clientes en la empresa Salomón, Comas, 2017”. (Tesis de Licenciado en Administración), Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. Cuyo objetivo es el siguiente: conocer la relación existente entre el marketing relacional y la fidelización de clientes. Determinar la relación entre el marketing relacional y la información del cliente en la empresa Salomón, Comas, 2017. b) Determinar la relación entre el marketing relacional y el marketing interno en la empresa Salomón, Comas, 2017. c) Determinar la relación entre el marketing relacional y la comunicación con el cliente en la empresa Salomón, Comas, 2017.

Llegando a las siguientes conclusiones: si existe relación entre el marketing relacional y la fidelización de clientes en la empresa Salomó; Comas, 2017. (Correlación positiva moderada alta), se encontró relación entre el marketing relacional y la información del cliente en la empresa Salomón, Comas, 2017. (Correlación positiva moderada alta), se confirma la existencia de relación entre el marketing relacional y el marketing interno en la empresa Salomón, Comas, 2017. (Correlación positiva moderada alta) y se encontró relación entre el marketing relacional y la comunicación con el cliente en la empresa Salomón, Comas, 2017. (Correlación positiva moderada baja).

Quispe E. (2018). Según su tesis, “Calidad de servicio y fidelización del cliente de la empresa Multiservicios Centauro S.A.C dentro del almacén de Gloria S.A. distrito Ate – 2018”, (Tesis de Licenciado en Administración), Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú, Cuyo objetivo principal es el siguiente: Conocer la relación existente entre la calidad de servicio y la fidelización del cliente en la

empresa Multiservicios Centauro S.A.C en los almacenes Gloria S.A, distrito de Ate-2018. Al implementar conocimiento de Marketing para mejora e implementación en la calidad de servicio como ventaja competitiva.

Llegando a las siguientes conclusiones: se ha determinado que existe una correlación moderado, corroborado por los resultados de ($Rho = 0.679$), (Bilateral), entre las variables calidad de servicio y fidelización del cliente. Además, se toma en cuenta que la calidad de servicio fue considerada por los clientes como muy bueno en un 57.8% y el 68.9% de los clientes consideraron que la fidelización del cliente también es muy bueno. Por lo tanto, al ver los datos de correlación y significancia, se determinó que no se rechaza la hipótesis general, demostrando que existe relación significativa entre las variables I y II. Se demostró que existe una correlación débil ($Rho = 0.401$, Sig. (Bilateral) = 0.006) entre la dimensión componentes tangibles y la variable fidelización del cliente. Esto se generó en los resultados de la Empresa Multiservicios Centauro S.A.C, en el almacén de Gloria S.A; por ello fue considerado los componentes tangibles como muy bueno en un 37.8% de los clientes y el 68.9% manifestó que fidelización del cliente también es muy bueno.

Por consiguiente, al ver los datos de correlación y significancia, se concluyó que no se rechaza la hipótesis específica, afirmando que si existe relación significativa entre los componentes tangibles y la fidelización del cliente. Se identificó que existe una correlación moderado ($Rho = 0.698$, Sig. (Bilateral) = 0.000) entre la dimensión fiabilidad y fidelización del cliente. Por consiguiente, se originó en los resultados que tiene la Empresa Multiservicios Centauro S.A.C, en el almacén de Gloria S.A, fue considerado la fiabilidad como muy bueno en un 42.2% de los clientes y el 68.9% manifestó que fidelización del cliente también es muy bueno. Por lo tanto, al ver los datos de correlación y significancia, se demostró que no se rechaza la hipótesis específica, afirmando que existe relación significativa entre la fiabilidad y la fidelización del cliente.

Variable 2: CLIMA LABORAL

Castro F., (2016). Según su tesis, “Influencia del Clima Laboral en el desempeño de los funcionarios de negocios segmento exclusivo de una empresa bancaria en Lima - 2016”, (Tesis para optar la Licenciatura en Administración), Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú, Cuyo objetivo es determinar la influencia del clima laboral en el desempeño de los funcionarios de negocios segmento exclusivo de una empresa del sector bancario, determinar la importancia de la autorrealización en el desempeño objetivo de los funcionarios de negocios segmento exclusivo, determinar como el involucramiento laboral influye en el conocimiento y desempeño del cargo de los funcionarios de negocios segmento exclusivo y determinar como la comunicación interna en la empresa influye en las características personales de los funcionarios de negocios segmento exclusivo y considerar las condiciones laborales como un factor influyente en el desempeño objetivo de los funcionarios de negocios segmento exclusivo.

Llegando a la conclusión determinar que la autorrealización no influye en el desempeño objetivo de los funcionarios de negocios segmento exclusivo, por lo tanto, se aprueba la hipótesis. La autorrealización, como se ha definido anteriormente, es la apreciación del trabajador respecto a las posibilidades que tiene en la empresa para su desarrollo profesional y personal, a pesar que esta apreciación es favorable en los resultados no influye de manera totalmente favorable en el desempeño de los funcionarios de negocios segmento exclusivo, en aspectos como son la cantidad y calidad de su trabajo, ya que como se mencionó anteriormente, los clientes no se sienten satisfechos al 100% con la atención que reciben de sus funcionarios.

Santamaría F. y Zaña K. (2015). Según su tesis, “Percepción del Clima Laboral de los trabajadores de una entidad Universitaria 2015”. (Tesis para optar la Licenciatura en Administración), Universidad Privada Juan Mejía Baca, Chiclayo, Perú, cuyo objetivo es de reforzar vínculos positivos laborales, aumentar su confianza y mejorar su actividad laboral.

Llegando a la conclusión que el clima laboral es percibido por el 34.83% de los trabajadores como muy favorable, y el 21.35% como favorable. Sin embargo, el 23.60% lo percibe como muy desfavorable y el 10.11% como desfavorable, situación que amerita potenciar el clima laboral con el manejo del talento humano en la organización, el cual se orienta a buscar la calidad de vida en el trabajo. 2. En la dimensión de autorrealización, la percepción que predomina en los trabajadores es muy favorable con un 43.82%, favorable con un 21.35%; y medianamente favorable con un 24.72%. Mientras que, la percepción inferior radica, como desfavorable con un 7.87% y muy desfavorable con un 2.25%, realidad que merece ser implementada con estrategias de crecimiento y satisfacción personal. 3. En el involucramiento laboral, la percepción que sobresale en los trabajadores es muy favorable con un 25.84% y favorable con un 40.45%. Por lo que, la menor percepción reside, como medianamente favorable con un 14.61%, desfavorable con un 8.99% y muy desfavorable con un 10.11%, contexto que amerita establecer programas de orientación y capacitación de inserción laboral, con el fin de ayudar a los trabajadores a identificar su proyecto personal, intereses y expectativas.

Finalmente, en la dimensión de condiciones laborales, la percepción que resalta en los trabajadores es muy favorable con un 42.70%; y favorable con un 24.72. Por lo cual, la percepción con un menor porcentaje está como medianamente favorable con un 8.99%, desfavorable con un 20.22%; y muy desfavorable con un 3.37%, situación que debería reforzarse, facilitando a los superiores acerca de la importancia de la integridad física y mental del trabajador.

Núñez L. (2017), Según su tesis. "Desempeño laboral y satisfacción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junín-2017". (Tesis para optar la Licenciatura en Administración). Universidad César Vallejo, Lima Perú, cuyo objetivo es determinar la relación del desempeño laboral y la satisfacción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junín – 2017.

Llegando a la conclusión de establecer que si hay relación entre desempeño laboral y satisfacción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junin-2017, lo que se demuestra con la prueba de (Rho Spearman =0.000 < 0.05). Se llega a establecer que hay relación entre el desempeño laboral y la percepción

del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junin-2017, lo que se demuestra con la prueba (Rho Sperman =0.776, significancia bilateral =0.000< 0.05).

Campo M. y Cuestas S. (2018), Según su tesis. “Clima laboral y desempeño laboral en los trabajadores de la autoridad administrativa del agua Huarmey Chicama – 2018”. (Tesis para optar la Licenciatura en Administración). Universidad Privada Juan Mejía Baca, Chiclayo - Perú, cuyo objetivo es determinar el clima laboral y desempeño laboral en los trabajadores de la Autoridad Nacional del Agua Huarmey Chicama 2018, Identificar el nivel de la variable clima laboral en los trabajadores de la Autoridad Nacional del Agua Huarmey Chicama 2018, Identificar el nivel de la variable desempeño laboral en los trabajadores de la Autoridad Nacional del Agua Huarmey Chicama 2018.

Llegando a la conclusión que se determinó el clima y el desempeño laboral dentro de la Autoridad Nacional del Agua Huarmey Chicama, donde se muestra que el clima alcanza un 23% en el nivel alto, mientras que el desempeño laboral 23% en el nivel muy alto. Cabe destacar que estos resultados son favorables relativamente, es por ello, que se puede decir que las variables estudiadas están presentes de manera positiva dentro de la gestión del Ana, se identificó el nivel de la variable clima laboral donde según los trabajadores encuestados la ubican en un nivel de alto con la predominancia del 23%, seguido de la equitativa de porcentajes (20%), en los niveles muy alto, bajo y muy bajo, y con el 17% en el nivel medio.

2.1.2. Antecedentes Internacionales

Variable 1: Fidelización del Cliente Interno

Pacheco M. (2017), Según su tesis. “Fidelización de clientes para incrementar ventas en la empresa DISDURAN S.A. en el Cantón”. Tesis para optar la Licenciatura en Administración), Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Guayaquil, Ecuador, cuyo objetivo es Desarrollar un plan de fidelización de clientes para el incremento de las ventas en la empresa DISDURAN S.A. en el cantón Durán. Sus Objetivos específicos de la investigación., Identificar los factores internos y externos que afectan el crecimiento de las ventas de la empresa DISDURAN S.A. en el Cantón Durán., definir los obstáculos que afectan la imagen de la empresa DISDURAN S.A. que incidan como factor negativo al momento de visualizarlos como proveedor, determinar qué elementos preponderantes valorarían los clientes para que la decisión de su próxima compra sea nuevamente en DISDURAN S.A. y analizar el impacto que generaría la integración de un plan de fidelización de clientes a los objetivos de la empresa como incremento de las ventas.

Llegando a las conclusiones que durante el análisis de la encuesta se determina que hablan sobre la atención al cliente que brinda la empresa, que el 91% de los clientes se sienten satisfechos con el servicio que se brinda.

Terminando el estudio de mercado se demostró que los clientes de la empresa están satisfechos, pero no retenidos, se presenta un plan de fidelización de clientes con el objetivo de incrementar las ventas y así se cumpliría la hipótesis establecida.

Ortiz L. (2018). Según su Tesis, “Análisis de las estrategias de fidelización de los clientes internos” (Tesis optar Licenciatura Administración), Universidad Católica, Bogotá, Colombia, cuyo objetivo principal es el siguiente: estimar las características de una población.

Llegando a las siguientes conclusiones y según el trabajo aplicado, se puede responder que, si es posible generar técnicas de fidelización bajo las diferentes metodologías que ofrece un análisis de clúster, ya que se puede ver,

dadas las variables, una posible agrupación de los clientes para poderlos estudiar de mejor manera y así satisfacer sus necesidades y también aumentar las utilidades de la empresa.

Los grupos escogidos en este caso banca empresarial y banca oficial de la entidad Banco Agrario, se aplicó un análisis de clúster bajo la metodología del centroide, se puede inferir según los resultados que fue más fácil aplicarlo a la banca empresarial que a la banca oficial, puesto que, son bancas con grupos de población diferente, la banca empresarial es propia para aquellos que fortalecen el progreso del país (el empresario, dueño de la empresa), y la banca oficial se enfoca en entidades nacionales y territoriales (municipios, distritos especiales, departamentos y resguardos indígenas).

Se sugiere que, para un tipo de banca como la oficial, se planteen estrategias diferenciadas de fidelización para motivar, dadas las obligaciones que presentan en los resultados de análisis univariado, el pago de las mismas.

Dados los resultados para la banca empresarial se podría agrupar este tipo de clientes de acuerdo a su saldo y a su valor para quedar al día, es clave utilizar estas variables para la realización de campañas que motiven a la continuidad del pago, y que además que garanticen al banco la continuidad de los mismos.

Variable 2: Clima Laboral

Micolta D. (2015). Según su tesis, “El clima laboral y su influencia en el desempeño de los funcionarios de la Subsecretaría de Educación del Distrito de Guayaquil”. (Tesis optar Licenciatura Administración), Universidad católica de Guayaquil, Ecuador, cuyo objetivo principal es el siguiente: determinar cómo influye el clima laboral en el desempeño de los funcionarios de la Subsecretaría de Educación del distrito de Guayaquil, Evaluar el estado actual del Clima Laboral dentro de la Subsecretaría de Educación del Distrito de Guayaquil a través de Grupos de enfoques y de encuestas para detectar las fortalezas, debilidades o falencias.

Llegando a las conclusiones: en la Subsecretaría de Educación cae la responsabilidad de estimular y reconocer los buenos resultados que realizan los

funcionarios que laboran en la organización no obstante la Subsecretaría carece de programas o mecanismo que reconozcan el buen trabajo de los empleados públicos.

Dentro de la organización existen demasiadas jerarquías verticales y horizontales esto dificulta los flujos de información ya que una gran parte de esa información se distorsiona y por ende no permite una comunicación clara.

Un gran número de funcionarios acatan o se limitan a cumplir las normas e instrucciones de los superiores de la organización, cumplen sus obligaciones, respetan la visión hasta cierto punto., esto trae consigo que se pierda la identificación con la dependencia gubernamental.

Una de las debilidades en los funcionarios de la Subsecretaria de Educación es la falta de conocimientos esenciales para desarrollar su trabajo, este es un elemento negativo que afecta al rendimiento individual, ya que dentro de la organización no se capacita ni se ha diseñado ni implementado un programa de inducción al funcionario para desempeñarse en su trabajo.

Los funcionarios mediante el levantamiento de información opinan que la formación profesional es una carencia que tiene la organización consideran de vital importancia que se los prepare para su desempeño ya que esto ayuda que sepa exactamente lo que va a hacer en su trabajo para evitar errores y confusiones posteriores, siendo un agente de cambio gracias a su conocimiento.

Maigua J. (2017). Según su tesis, “En su tesis El clima laboral y sus incidencias en el desempeño de los trabajadores del área de talento humano de la constructora DIPLOTER s.a. diseño ingeniería y proyectos de Guayaquil en el periodo 2016- 2017”. (Tesis optar Licenciatura Administración), Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Guayaquil, Ecuador, cuyo objetivo es determinar la incidencia del clima laboral en el desempeño de los trabajadores del área de talento humano a través de encuestas de satisfacción. Es elaborar los referentes y antecedentes teóricos sobre el clima laboral en el desempeño de los trabajadores del área de talento humano en la constructora DIPLOTER S.A.

Es analizar el estado actual del clima laboral en el desempeño de los trabajadores del área de talento humano en la constructora DIPLOTER S.A.

Es elaborar una propuesta para un clima laboral en el desempeño de los trabajadores del área de talento humano en la constructora DIPLOTER S.A.

Llegando a las conclusiones: La empresa no cuenta con una correcta motivación hacia los trabajadores por su buen desempeño, ocasionando que los mismos se sientan desmotivados.

Los trabajadores carecen con los medios de comunicación adecuados, es decir que las relaciones interpersonales no son efectivas, las cuales deben ser reforzadas mediante capacitaciones enfocadas al trabajo en equipo.

Se evidencia la necesidad de potenciar las técnicas de trabajo en equipo porque existe un descontento en la mayoría de los empleados ya que se les asignan actividades y trabajos que no les corresponde, provocando que estén inconformes a las actividades que no les pertenecen. Con esta propuesta se pretende dar solución a las deficiencias que hasta este momento presenta la empresa dando soluciones y mejorar el ambiente laboral garantizando un eficiente desempeño de los trabajadores.

Zans A. (2016). Según su tesis, "Clima Organizacional y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores administrativos y docentes de la Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa, UNAN – Managua, en el período 2016". (Tesis optar Licenciatura Administración). Managua, Nicaragua, cuyo objetivo es analizar El Clima Organizacional y su incidencia en el Desempeño Laboral de los trabajadores administrativos y docentes de la Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa, UNAN – Managua, en el período 2016.

Describir el clima organizacional de la Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa.

Identificar el Desempeño Laboral que existe en la Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa.

Evaluar la relación entre clima organizacional y el desempeño laboral de los trabajadores de la Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa. Proponer un plan de acción que contribuya a la solución de las dificultades detectadas.

Llegando a las conclusiones: El Clima Organizacional presente en la FAREM, es de optimismo en mayor medida, por lo cual se considera entre Medianamente Favorable y Desfavorable, siendo el liderazgo practicado poco participativo, sin disposición en mantener un buen clima organizacional en el equipo de trabajo.

Se identifica que el desempeño laboral, que se desarrolla en la Facultad, es bajo, aunque las tareas se realizan y ejecutan en el tiempo requerido, donde la toma de decisiones se realiza en gran medida de manera individual, careciendo de un plan de capacitación.

Los trabajadores docentes y administrativos de la facultad consideran que el mejoramiento del Clima Organizacional Incidiría de manera positiva en el Desempeño Laboral, y las relaciones interpersonales, les hacen sentirse bien en el trabajo, por lo que consideran que se debe cultivar.

2.2. Bases teóricas de las variables

2.2.1. Fidelización del Cliente Interno.

Según Alcaide C. (2015), en su libro titulado “fidelización del cliente”:

La fidelización de clientes se ha convertido en los últimos años en una quimera y en una utopía, de la que todo el mundo habla, pero pocos la han visto. Y sin embargo, existen algunas empresas que han logrado recurrencia de sus clientes, vía satisfacción y enriquecimiento emocional de la relación. Menos puntos, más cariño y emociones. Esa parece haber sido la moraleja que nos ha enseñado el mercado en los últimos años.

La calidad ya no se limita a cumplir con unos atributos o beneficios básicos de un producto o servicio (que se consideran naturales). No es tanto el qué se cede a cambio de un precio, sino el cómo y cuándo se entrega, lo que influye en la percepción de valor. Calidad, calidez y precio justo. Experiencias dignas de ser contadas y tendrán empleados fieles.

¿Qué es en realidad lo que influye de verdad en la fidelización de la clientela? Todos esos aspectos se analizan de forma minuciosa en este libro de Juan Carlos Alcaide. Un texto muy didáctico, donde se sigue un mismo esquema en todos los capítulos: una introducción, el desarrollo de la temática y finalmente unas conclusiones seguidas por un apartado de ejemplos, casos y vivencias que ilustran la teoría.

Pienso que las empresas deberían tener más consideración con su personal, que su trabajo debe ser una experiencia bonita y digna de ser contadas para tener empleados fieles tal cual menciona el autor.

Según Schnarch A. (2010), en su libro titulado “Marketing de fidelización”

Menciona como obtener clientes satisfechos y leales, las empresas han comenzado a reconocer más que productos lo que adquieren las personas o empresas, satisfacciones a necesidades, deseo y expectativas, y que la única garantía que tiene una compañía es estar, crecer o progresar en un mercado es dando respuesta a esos verdaderos requerimientos, ya que si aparece otro producto u organización que lo haga mejor, ese cliente se perderá.

2.2.2. Clima Laboral

Según Gan F. (2012), en su Libro Clima Laboral, menciona que “el clima laboral es un concepto con amplia tradición en los estudios e investigaciones acerca del factor humano en empresas y organizaciones”.

Según Bordas M. Madrid (2016), en su libro de gestión estrategia de clima laboral, menciona que:

Lo largo de la historia, la forma de concebir el trabajo, el trabajador y las organizaciones han sufrido cambios y modificaciones importantes en función del devenir económico, político y cultural. Generando distintos contextos de análisis y haciendo especialmente complejo el estudio científico de las organizaciones y del comportamiento del ser humano en las mismas.

Es por ello que consideramos conveniente analizar los principales cambios que se han producido a lo largo de la historia en los conceptos básicos del trabajo trabajador y organización, además de mantener en la medida de lo posible un enfoque multidisciplinar en el estudio de las organizaciones, que permita abordar adecuadamente su complejidad, pues el perder de vista la perspectiva multidisciplinar puede producir sesgos y limitaciones en el análisis.

Según Chiavenato (2009) en su libro *Gestión de Talento Humano* (México).

El empleado puede estar insatisfecho con el trabajo en sí, con el clima laboral o con ambos. Muchas organizaciones ofrecen incentivos económicos para hacer que la separación sea más atractiva, como los planes de separación voluntaria, cuando se pretende reducir el tamaño de su fuerza de trabajo sin enredarse con los factores nocivos de un recorte unilateral. Estos planes implican el pago de algunos meses de salario, dependiendo del tiempo que lleve en la empresa, y la extensión de la prestación de asistencia médico-hospitalaria durante algunos meses (p. 91)

Pienso que si tenemos un personal satisfecho con la empresa también estará satisfecho con su clima laboral, por lo tanto, las empresas al ofrecer incentivos se sentirán mucho más identificados y tendríamos trabajadores fieles y leales.

Según Rubio E. (2011) expresa que el clima laboral:

Es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano, mientras un buen clima se orienta hacia los objetivos generales, un mal clima destruye el ambiente de trabajo ocasionando situaciones de conflicto y de bajo rendimiento. Hay factores que influyen en el clima laboral como: la formación, las expectativas de promoción, la seguridad en el empleo, los horarios, los servicios médicos, entre otros”.

Como dice Rubio es el medio ambiente humano y físico que cada trabajador realiza diariamente, ya que uno vive más tiempo en el trabajo que en la propia casa.

2.3. Definición de términos básicos

Fidelización del Cliente Interno

Compromiso y desempeño del trabajador

Si te preguntas por qué invertir recursos para conocer el grado de compromiso de tus empleados, sólo hay que sencillamente decir, que el compromiso se relaciona directamente con el desempeño de empleados y los resultados del negocio.

Varios estudios han revelado una relación positiva entre el compromiso de los empleados y los resultados de las organizaciones. Algunos de estos resultados positivos son: productividad, retención de empleados, lealtad de clientes y rentabilidad.

¿Cómo tener empleados comprometidos con tu negocio?, Cuando los empleados están comprometidos, están conscientes de sus responsabilidades, de las metas de la empresa y además estos suelen motivar a sus compañeros a también alcanzar estos objetivos.

Para saber si los empleados están comprometidos, las empresas suelen realizar a estas preguntas sobre factores ambientales del trabajo, estas son algunas de ellas:

- ¿Tengo la oportunidad de dar lo mejor de mí en mi trabajo todos los días?
- ¿Estoy rodeado de un grupo de trabajo estable?
- ¿La meta principal de mi organización me permite sentir que mi trabajo es esencial para alcanzarla?
- ¿Mis opiniones y perspectivas son escuchadas? (Alcaide J, 2016 p. 42).
- **Cumplimiento de los objetivos**

El objetivo es algo que quiere cumplir a futuro de algo que quiere lograr, las metas son acciones que son deseos o propósitos que quiere lograr e su vida, que esto puede ir asociado con su objetivo

Es cumplir con una persona u objeto con algo en específico, significa comprometerse con algo o alguien que se debería cumplir en determinado tiempo.

- **Conocimiento**

La forma sistemática de generar conocimiento tiene dos etapas: la investigación básica, donde se avanza en la teoría; y la investigación aplicada, donde se aplica la información.

- **Responsabilidad**

La responsabilidad se considera una cualidad y un valor del ser humano. Se trata de una característica positiva de las personas que son capaces de comprometerse y actuar de forma correcta. En muchos casos, la responsabilidad viene dada por un cargo, un rol o una circunstancia, como un puesto de trabajo o la paternidad.

Liderazgo y productividad del trabajador

Liderazgo y productividad están íntimamente relacionados, ya que si una entidad cuenta con un buen liderazgo, su productividad necesariamente tiene que ser mayor, siempre que los líderes sepan aprovechar todas sus cualidades y quieran formar parte de la entidad o empresa.

El liderazgo consiste principalmente en la capacidad para influir en otras personas y apoyarlas para conseguir el logro de unos objetivos comunes, siendo en la empresa uno de los principales objetivos la mayor productividad.

De hecho, la falta de una buena cabeza del negocio está muy estrechamente relacionada con un negocio mal gestionado e incluso puede llevar a la ruina al negocio o empresa (Alcaide J, 2016 p. 50).

- **Eficiencia**

Eficiencia se define como la relación entre los recursos utilizados en un proyecto y los logros conseguidos con el mismo. Se da cuando se utilizan menos recursos para lograr un mismo objetivo o cuando se logran más objetivos con los mismos o menos recursos.

- **Eficacia**

Eficacia es el nivel de consecución de metas y objetivos. La eficacia hace referencia a nuestra capacidad para lograr lo que nos proponemos.

- **Organizar**

Organizar es una acción que incluye planificación, porque para poder disponer de los medios humanos y materiales que están disponibles, es necesario tener en claro el objetivo o propósito de la organización y las relaciones que se desea establecer entre los distintos elementos.

- **Ejemplo**

Caso o hecho que se cita para que se imite y siga, si se considera bueno, o para que se evite, si se considera malo.

Hecho o texto que se necesita para comprobar, ilustrar o autorizar un aserto.

- **Guía**

Una guía puede ser el documento que incluye los principios o procedimientos para encauzar una cosa o el listado con informaciones que se refieren a un asunto específico.

Incentivos y beneficios

Un cliente fiel será conservado por largo tiempo cuando la organización pone en marcha acciones de fidelización de relaciones con los clientes. Reconocer su valor mediante recompensas e incluso compartir con ellos expresa lo cuán importante son para una organización y esto, involucra esfuerzos para obtener beneficios como generar negocios, incrementar la rentabilidad y consolidar una base de clientes leales y fieles con la marca (Alcaide J, 2016 p. 56).

- **Bienestar**

Estado de la persona cuyas condiciones físicas y mentales le proporcionan un sentimiento de satisfacción y tranquilidad.

- **Aumento remunerativo**

El aumento remunerativo es la productividad que cada trabajador realiza de la cual se ve recompensado por su labor eficiente.

- **Bonos**

Los bonos son una forma de inversión financiera que consiste en el préstamo de dinero a una institución por un periodo de tiempo determinado. Normalmente pueden adoptar dos formas: bonos corporativos y bonos gubernamentales, dependiendo del tipo de organización a la que se realice el préstamo.

Satisfacción del Cliente Interno

La satisfacción del cliente interno consiste en medir qué tan contento se encuentra tu personal dentro del equipo de trabajo. Particularmente, se analizan las percepciones e impresiones del servicio interno, como la comunicación, productividad y capacidad de respuesta.

Analizar la satisfacción laboral es esencial para las empresas, ya que permite que la directiva conozca la opinión de la fuerza laboral para así mejorar la satisfacción de los empleados recolectando sus opiniones.

La satisfacción del cliente interno es un tema que las organizaciones han descuidado debido a que su enfoque principal son los clientes externos. Para mejorar, es necesario que todos los miembros de la empresa trabajen juntos para lograr un objetivo común, lo cual significa satisfacer las necesidades y expectativas de los empleados (Alcaide J. 2016 p. 70).

- **Complacencia**

La complacencia es sentirse complacido con uno mismo, en su centro laboral, en su ámbito familiar y social.

- **Armonía**

La armonía ocurre cuando existe un equilibrio y una conveniente y adecuada proporción, concordancia y correspondencia de unas cosas con otras, y en su caso, agradable a los sentidos, por ejemplo, a la vista, como los colores. Algo en armonía generalmente es realmente bello, alegre, agradable, relajante y sosegado, aunque en la música, por ejemplo, también existe armonía que produce tensión, o es disonante.

- **Dedicación**

En el ámbito laboral, se habla de dedicación plena, dedicación exclusiva o dedicación full time cuando una persona ocupa la totalidad de su tiempo disponible en un mismo trabajo.

- **Motivación**

La motivación es un estado interno que activa, dirige y mantiene la conducta de la persona hacia metas o fines determinados; es el impulso que mueve a la persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas para su culminación. La motivación es lo que le da energía y dirección a la conducta, es la causa del comportamiento.

Clima Laboral

Desempeño Laboral

Es en el desempeño laboral donde el individuo manifiesta las competencias laborales alcanzadas en las que se integran, como un sistema, conocimientos, habilidades, experiencias, sentimientos, actitudes, motivaciones, características personales y valores que contribuyen a alcanzar los resultados que se esperan, en correspondencia con las exigencias técnicas, productivas y de servicios de la empresa.

El término desempeño laboral se refiere a lo que en realidad hace el trabajador y no solo lo que sabe hacer, por lo tanto le son esenciales aspectos tales como: las aptitudes (la eficiencia, calidad y productividad con que desarrolla las actividades laborales asignadas en un período determinado), el comportamiento de la disciplina, (el aprovechamiento de la jornada laboral, el

cumplimiento de las normas de seguridad y salud en el trabajo, las específicas de los puestos de trabajo) y las cualidades personales que se requieren en el desempeño de determinadas ocupaciones o cargos y, por ende, la idoneidad demostrada.

Existe una correlación directa entre los factores que caracterizan el desempeño laboral y la idoneidad demostrada. (Gan F. 2016 p. 36).

- **Rendimiento del trabajador**

El rendimiento laboral o del trabajador, que es la relación entre los objetivos/metas/tareas alcanzadas y el tiempo (en horas trabajadas de calidad) que se han necesitado para lograrlo; teniendo en cuenta que la variable más importante son las personas; es decir, los recursos humanos, que son los encargados de ejecutar las funciones propias de un cargo o trabajo.

- **Capacidad**

Capacidad se refiere a la cualidad de ser capaz para algo determinado, dicha cualidad puede recaer en una persona, entidad o institución, e incluso, en una cosa.

Es decir, la capacidad hace referencia a la posibilidad de una entidad para cumplir con una determinada función en atención a sus características, recursos, aptitudes y habilidades.

- **Puntualidad**

La puntualidad a la hora de ingresar al puesto de trabajo o a la escuela también es muy importante. Si la persona no cumple con el horario previsto, incluso puede ser sancionada, a menos que pueda explicar el motivo de la impuntualidad.

Hay quienes tienen problemas de puntualidad, tanto en su vida laboral como en su ámbito más personal. Por ello, intentan poner remedio haciendo uso algunos de los instrumentos y trucos que poseen a su alcance. Es decir, alarmas en despertadores y relojes, tener el reloj de pulsera adelantado varios minutos

para así nunca llegar tarde a una cita, levantarse más temprano para evitar no ser impuntual en el trabajo

- **Aceptación de responsabilidades**

Las personas que tienen una autoestima elevada son responsables de su propia vida y toman un rol activo y no pasivo ante las dificultades. Buscan las maneras de solucionarlas en lugar de culparse o buscar a alguien que arregle sus problemas. Además, luchan por conseguir sus metas por sí mismos, sin esperar que otra persona o el destino les ayude a cumplirlas.

Estas personas, que han asumido la responsabilidad de su propia existencia, tienen más confianza en sí mismas y están más preparadas para la vida, por lo cual, su autoestima continuará aumentando.

Crecimiento Profesional del Trabajador

El crecimiento o más conocido como desarrollo profesional es una fase del crecimiento personal que obedece a las necesidades de auto - superación que experimenta cada individuo; asimismo, el desarrollo profesional del personal de una organización hace parte de los procesos de desarrollo de recursos humanos y es fruto de la inversión que hacen las empresas en las personas que las conforman y que, a través de su trabajo, las engrandecen.

El desarrollo profesional tiene su origen en la planeación de la carrera y comprende los aspectos que una persona enriquece o mejora, con vista a lograr objetivos dentro de la organización. Se puede dar mediante esfuerzos individuales o por el apoyo de la empresa donde se labora. (Gan F. 2016 p. 40).

- **Capacitaciones constantes**

La capacitación tiene como objetivo incrementar las aptitudes y habilidades del individuo, mediante la enseñanza, para que éste pueda aumentar su desempeño al momento de realizar sus labores asignadas dentro de la organización.

En la mayoría de los casos, en las organizaciones la capacitación se genera de manera organizada y hace parte de la estrategia del negocio que se ha diseñado para el crecimiento de las mismas.

- **Formación**

En los últimos años, dado el aumento del índice de desempleo en varias partes del mundo, han surgido diversos centros que ofrecen formación específicamente orientada al desempeño de oficios. La titulación que ofrecen suele ubicarse en el rango de la diplomatura, aunque algunos cursos, sobre todo los informáticos, alcanzan la licenciatura. Dado que el carácter de muchas de estas carreras es terciario, tienen como requisito mínimo haber completado los estudios secundarios.

- **Facilidades de estudio**

Estudiar y trabajar a la vez no es una tarea fácil. Muchas personas inician su vida laboral antes de terminar sus estudios universitarios, pero también hay otras que desempeñando un cargo profesional deciden hacer posgrados, un escenario que, si bien representa grandes beneficios, puede ser complicado, ya que combinar ambas actividades no es sencillo. Es por ello, que muchas empresas han optado por dar facilidades a su trabajo para que puedan seguir desarrollándose profesionalmente.

- **Progresión**

El concepto se emplea para nombrar al avance o el desarrollo de algo. La noción puede vincularse al verbo proseguir, que consiste en mantener o prolongar aquello que ya se ha comenzado.

Oportunidades de crecimiento

A falta de oportunidades de crecimiento es considerado el principal error que cometen las empresas para retener a sus empleados, seguido por el mal liderazgo. La falta de un bono por buen desempeño, la poca flexibilidad horaria y la falta de autonomía para tomar decisiones. Son factores que no dejan de ser tenidos en cuenta, sin embargo, no tienen la misma relevancia que los antes

mencionados para aquellos empleados que están disgustados con su estadía en una empresa (Gan F. 2016 p. 54).

- **Nuevas responsabilidades**

Asumir las responsabilidades dentro de un entorno laboral cualquiera, no solo implica cumplir a cabalidad las funciones que le son asignadas al trabajador, sino apropiarse de los valores implícitos que tiene consigo el cargo y ponerlos en práctica para el beneficio de la compañía.

Adjudicarse una responsabilidad laboral implica ser responsable de nuestras elecciones y acciones, de nuestro tiempo, de nuestro trabajo, del cuidado de los procesos que se llevan a cabo, de nuestras relaciones profesionales y de nuestras emociones y pensamientos.

- **Retos**

Asumir nuevos retos profesionales te permitirá tener un perfil profesional mucho más variado e interesante, y evitará que tu trabajo se vuelva monótono. Es más, un buen jefe sabe que mantener a sus empleados motivados con nuevos proyectos y objetivos es crucial para que permanezcan en la empresa.

Además, piensa que, si continúas trabajando únicamente dentro de tu zona de confort, conseguir un ascenso te resultará mucho más difícil.

- **Cambios**

El cambio es el que alude a la transición que ocurre de un estado a otro. Un cambio puede ser bastante productivo ya que permite seguir creciendo como persona.

Compañerismo en el trabajo

El compañerismo es un valor indispensable en el crecimiento profesional y personal de cualquier trabajador. La cooperación nos ayuda a descubrir los valores de los otros, a aprender, a valorar en el otro la diferencia de pensamiento y a interiorizar distintos puntos de vista tan respetables como el nuestro.

Por encima de todo tiene que primar el bienestar del grupo. El compañerismo hace más agradable la vida laboral y propicia un clima de confianza, tan necesario, por cierto.

Además, si cada uno aporta su granito de arena, se obtienen los mejores resultados. Precisamente, la sinergia, el resultado global alcanzado por el grupo es superior a la obtenida a la de los componentes trabajando individualmente- se consigue poniendo a personas distintas a trabajar en común (Gan F. 2016 p. 71).

- **Trabajo en equipo**

Trabajar en equipo implica juntar varias personalidades para llevar a cabo un proyecto u objetivo. En este sentido, trabajar en equipo es un esfuerzo de todos los miembros del grupo.

Para que el trabajo en equipo sea agradable y eficiente, los equipos de trabajo deben tener en cuenta algunos puntos que irán a ayudar a que las características que entorpecen las dinámicas de grupo puedan ser anuladas.

- **Solidaridad**

La solidaridad es sinónimo de apoyo, respaldo, ayuda, protección, que cuando persigue una causa justa, cambia el mundo, lo hace mejor, más habitable y más digno.

La solidaridad es un valor por excelencia que se caracteriza por la colaboración mutua que existe entre los individuos lo que sin duda permite lograr la superación de los más terribles desastres, como guerras, pestes, enfermedades, entre otros, aplicarlo también con nuestros familiares, amigos y/o conocidos que se encuentren en situaciones difíciles y con la ayuda recibida permita salir adelante y mejorar en cierto modo la situación.

- **Tolerancia**

La tolerancia es un valor moral que se realiza en respecto a un otro; hacia sus ideas, prácticas o creencias, independientemente de que contradigan o sean diferentes de las nuestras.

En este sentido, la tolerancia es también el reconocimiento de las diferencias inherentes a la naturaleza humana, a la diversidad de las culturas, las religiones o las maneras de ser o de actuar.

- **Respeto**

El respeto es un sentimiento positivo que se refiere a la acción de respetar; es equivalente a tener veneración, aprecio y reconocimiento por una persona o cosa.

El respeto es uno de los valores morales más importantes del ser humano, pues es fundamental para lograr una armoniosa interacción social.

Una de las premisas más importantes sobre el respeto es que para ser respetado es necesario saber o aprender a respetar, a comprender al otro, a valorar sus intereses y necesidades.

En este sentido, el respeto debe ser mutuo, y nacer de un sentimiento de reciprocidad.

III. MÉTODOS Y MATERIALES

3.1. Hipótesis de la Investigación

3.1.1. Hipótesis general

- ¿Existe relación entre la Fidelización del Cliente interno y el Clima Laboral en la clínica veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?

3.1.2. Hipótesis específicas

- ¿Existe relación entre el compromiso del trabajador y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?
- ¿Existe relación entre el liderazgo, productividad del trabajador y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?
- ¿Existe relación entre los incentivos, beneficios y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?
- ¿Existe relación entre la satisfacción del cliente interno y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?

3.2. Variables de estudio

3.2.1. Definición conceptual

Fidelización del cliente interno.

Según Alcaide J. (2010), la fidelización de los clientes constituye una matriz cuyo centro está formado por la cultura organizacional, la calidad del servicio, las estrategias de marketing y de una serie de ramificaciones tales como la gestión de la información, el marketing interno, la comunicación, el manejo de las experiencias y los incentivos para atraer y desarrollar un vínculo duradero con el cliente.

Entiendo que, aunque muchas empresas toman decisiones eficaces para medir la fidelización interna, lo cierto es que, como toda medida de comportamiento, se dificulta diseñar y administrar acciones de mejora.

Para poder medir de forma objetiva se tiene que realizar una clasificación de acciones de mejora documentadas.

Clima laboral

Según Gan F. (2012), menciona que el clima laboral es un concepto con amplia tradición en los estudios e investigaciones acerca del factor humano en empresas y organizaciones.

El clima laboral es un indicador fundamental de la vida de la empresa, condicionado por múltiples cuestiones, desde normas internas de funcionamiento, las condiciones ergonómicas del lugar de trabajo y equipamientos, pasando por actitudes de las personas que integran el equipo, los estilos de dirección de líderes y jefes, los salarios y remuneraciones, hasta la identificación y satisfacción de cada persona con la labor que realiza.

3.2.2. Definición operacional

Variable 01: Fidelización del Cliente Interno

La fidelización del cliente interno se evalúa tomando en cuenta el comportamiento del trabajador, liderazgo y productividad del trabajador, incentivos y beneficios y satisfacción del cliente interno, analizando sus atributos mediante un cuestionario.

Variable 02: Clima Laboral

El Clima Laboral se evalúa tomando en cuenta el desempeño laboral, crecimiento profesional del trabajador, oportunidades de desarrollo y compañerismo en el trabajo, analizando sus atributos mediante un cuestionario.

3.3. Tipo y Nivel de investigación

3.3.1. Tipo

Según Hernández Sampieri, (2016). El presente trabajo de tesis hace referencia a una Investigación aplicada, la investigación aplicada recibe el nombre de: investigación práctica o empírica, que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la practica basada en investigación. Correlacional. Cuantitativa.

3.3.2. Nivel de la investigación

El presente trabajo de tesis hace referencia a un nivel Descriptivo explicativo no experimental, porque se realizarán verificaciones respecto a la fidelización del cliente interno y el clima laboral de la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia año 2019.

3.4. Diseño de la investigación

Para alcanzar los objetivos planteados y analizar la certeza de las hipótesis planteadas, el diseño de la investigación utilizada fue de corte transversal, no experimental, correlacional, porque en esta investigación no se manipularon ninguna de las variables de estudio y los hechos fueron estudiados tal cual se presentaron en la realidad. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.211), además que se buscaba obtener la relación o asociación entre las variables de estudio, buscando relacionar dos variables cualitativas.

Diagrama:

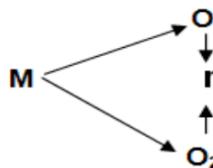
Dónde:

M = Muestra

O₁ = Observación de la Variable 1

O₂ = Observación de la Variable 2

r = Correlación entre las variables



3.5. Población y muestra de estudio

3.5.1. Población

En este presente trabajo de tesis, la población en estudio está conformada por la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia que suma un total de Veinte (20).

3.5.2. Muestra

En este presente trabajo de tesis, la muestra seleccionada es por conveniencia y asciende a 20 colaboradores localizada en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, que refiere al total de la población estudiada.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas de recolección de datos

En este presente trabajo de tesis indican que la investigación de documentos, registro, materiales y artefactos es una técnica que proporciona investigación valiosa de datos.

Dado a que la mayoría de las personas, grupos, organizaciones y comunidades los producen y narran sus historias. En el desarrollo de la presente tesis se aplicó la técnica de:

Observación: Es una técnica que nos permite observar de manera atenta el comportamiento de los objetos y/o fenómenos de un determinado problema.

Encuesta: Dicha técnica se puede aplicar a muchas personas de forma simultánea, además se requiere de un tiempo prudencial donde se permita responder con mesura las interrogantes planteadas.

3.6.2. Instrumentos de recolección de datos.

La técnica que se aplicó para la recolección de datos para esta investigación se realizó a través de la técnica de la encuesta.

El instrumento utilizado fue el cuestionario, con una serie de preguntas que permitieron realizar el análisis situacional de la Fidelización del Cliente Interno y el Clima Laboral.

Dicho instrumento contará con la revisión temática del juicio del experto y va a verificar si realmente las preguntas que se está planteando van a medir a los indicadores estos a las dimensiones y estos a su vez a las variables.

El cual el experto dará su opinión si hubiese correcciones se levanta las correcciones y con la conformidad del experto recién se procede a establecer que si realmente es válido el instrumento. El cuestionario consistió en 20 preguntas sobre la fidelización del cliente interno y 15 preguntas para el Clima Laboral en la Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Instrumento: Cuestionario

Juicio de Expertos:

Validez:

Dr. Justiniano Aybar Huamani

Dra. Teresa Chirinos Gastelú

Viabilidad: V1

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,8177	15

Bueno - Aplicable

V2

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,8534	15

Bueno - Aplicable

3.7. Métodos de análisis de datos

Los datos serán puestos en una base de datos, acondicionada para guardar la información de las partidas involucradas y los resultados de los indicadores.

3.8. Aspectos éticos

Como investigador uno se compromete a respetar y validar la veracidad de los resultados, la confiabilidad de los datos suministrados, a respetar la propiedad intelectual, así como respetar el anonimato de las personas a quienes se encuestarán, en la cual no se expondrá información que permita conocer la identidad de los participantes en la investigación.

IV. RESULTADOS

4.1. Matriz de Puntuación

Tabla 1.

Matriz de puntuaciones de las variables en estudio con sus respectivas dimensiones.

Variable / Dimensión	Rango de Puntuación	Evaluación de la puntuación			Puntuación	Evaluación	Rango [0-1]	Prioridad
		Baja Fidelización del Cliente Interno	Fidelización Media del Cliente Interno	Alta Fidelización del Cliente Interno				
V1 Fidelización del cliente interno	de 15 a 75	< 35	de 35 a 55	> 55	55.47	Alta Fidelización del Cliente Interno	0.74	
D1 Compromiso y desempeño del trabajador	de 3 a 15	< 7	de 7 a 11	> 11	12.53	Alta Fidelización del Cliente Interno	0.836	1
D2 Liderazgo y productividad del trabajador	de 5 a 26	< 12	de 12 a 19	> 19	20.67	Alta Fidelización del Cliente Interno	0.827	2
D3 Incentivos beneficios y	de 3 a 15	< 7	de 7 a 11	> 11	6.07	Baja Fidelización del Cliente Interno	0.404	4
D4 Satisfacción del cliente interno	de 4 a 22	< 10	de 10 a 16	> 16	16.20	Alta Fidelización del Cliente Interno	0.81	3
Variable / Dimensión	Rango de Puntuación	Evaluación de la puntuación			Puntuación	Evaluación	Rango [0-1]	Prioridad
		Pésimo clima laboral	Clima laboral medio	Excelente clima laboral				
V2 Clima Laboral	de 15 a 75	< 35	de 35 a 55	> 55	58.90	Excelente clima laboral	0.785	
D1 Desempeño Laboral	de 4 a 22	< 10	de 10 a 16	> 16	16.25	Excelente clima laboral	0.813	2
D2 Crecimiento Profesional del trabajador	de 4 a 22	< 10	de 10 a 16	> 16	14.55	Clima laboral medio	0.728	4
D3 Oportunidades de crecimiento	de 3 a 15	< 7	de 7 a 11	> 11	11.40	Excelente clima laboral	0.76	3
D4 Compañerismo en el trabajo	de 4 a 22	< 10	de 10 a 16	> 16	16.70	Excelente clima laboral	0.835	1

En la tabla N° 01 se definen los rangos de cada categoría para cada variable y sus respectivas dimensiones con sus respectivos rangos, así podemos observar que la fidelización del cliente interno, en el rango de 0 a 1, tiene un valor de 0.740 está en la categoría Fidelización Alta y en cuanto a sus dimensiones, las dimensiones Compromiso y desempeño del trabajador, Liderazgo y productividad del trabajador y Satisfacción del cliente obtienen una evaluación de Fidelización Alta, mientras que la dimensión Incentivos y Beneficios, obtienen una evaluación fidelización Baja, en cuanto a la prioridad se ha priorizado al Compromiso y desempeño del trabajador, segundo por el Liderazgo y productividad del trabajador y satisfacción del cliente interno, quedando en último lugar los incentivos y beneficios.

En cuanto a la variable Clima Laboral obtiene una puntuación de 0.785 y evaluación como excelente clima laboral. Sus dimensiones, el compañerismo en el trabajo obtiene la evaluación de Excelente clima laboral seguido del desempeño laboral y luego por las oportunidades de crecimiento, quedando relegado el crecimiento profesional del trabajador.

4.2. Análisis Descriptivo de las Variables

Análisis Descriptivo de la Fidelización del Cliente Interno en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Tabla 2.

Distribución de frecuencias Fidelización del Cliente Interno en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Variable Desempeño Laboral	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Fidelización del cliente interno Bajo	0	0.0%	0.0%
Fidelización del cliente interno Medio	13	65.0%	65.0%
Fidelización del Cliente Interno Alto	7	35.0%	100.0%
Total	20	100.0%	

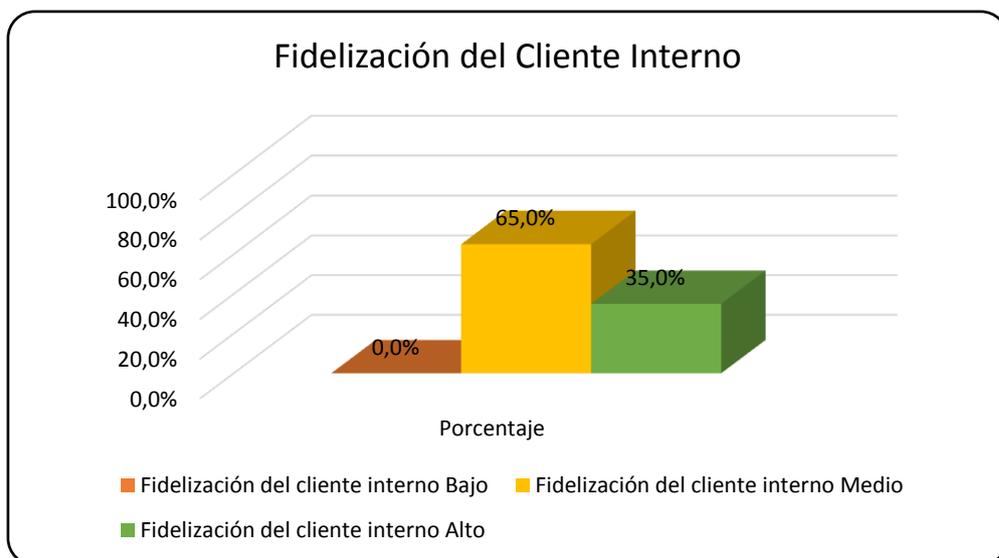


Gráfico 1. Distribución de frecuencias Fidelización del Cliente Interno en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Fuente: Encuesta de Fidelización del cliente interno.

Elaboración propia. 13 clientes (65%) encuestados señala que la Fidelización del cliente interno es media, 7 clientes (35%) encuestados señala que la fidelización del cliente interno es alta.

Tabla 3.

Distribución de frecuencias de la variable Fidelización del Cliente Interno y sus dimensiones en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Variable y dimensiones	Desempeño Laboral Bajo		Desempeño Laboral Medio		Desempeño Laboral Alto		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Fidelización del cliente interno	0	0.00	13	65.00	7	35.00	20	100.00
Compromiso y desempeño del trabajador	0	0.00	4	20.00	16	80.00	20	100.00
Liderazgo y productividad del trabajador	0	0.00	6	30.00	14	70.00	20	100.00
Incentivos y beneficios	13	65.00	7	35.00	0	0.00	20	100.00
Satisfacción del cliente interno	0	0.00	10	50.00	10	50.00	20	100.00

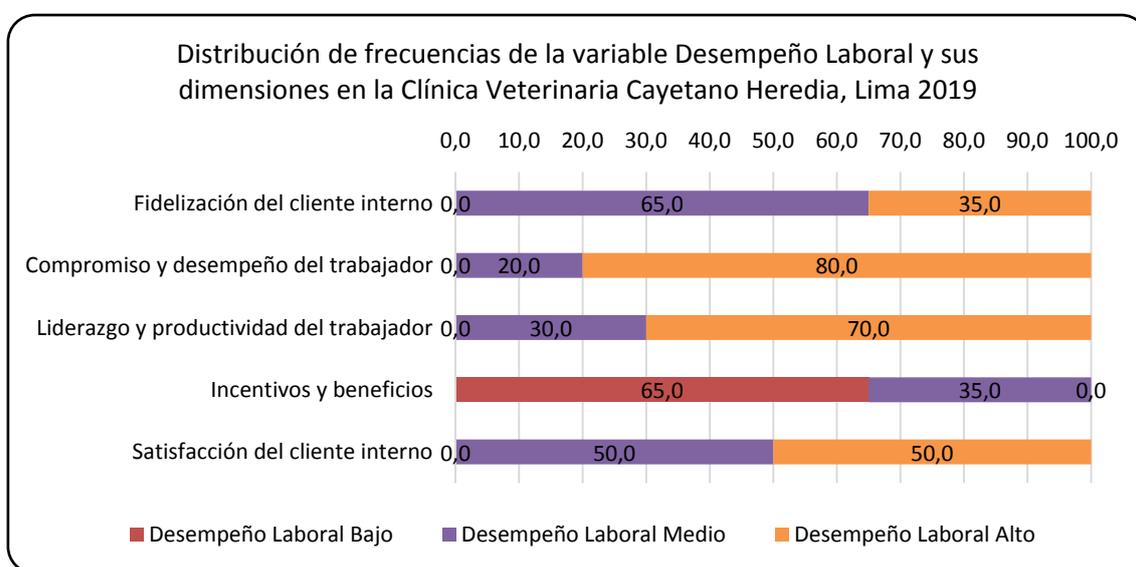


Gráfico 2. Distribución de frecuencias de la variable Fidelización del cliente interno y sus dimensiones en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019

Fuente: Encuesta de Fidelización del Cliente Interno.

Elaboración propia.

Análisis Descriptivo del Clima Laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Tabla 4.

Distribución de frecuencias del Clima Laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Clima Laboral	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Clima laboral bajo	0	0.0%	0.0%
Clima laboral medio	6	30.0%	30.0%
Clima laboral alto	14	70.0%	100.0%
Total	20	100.0%	

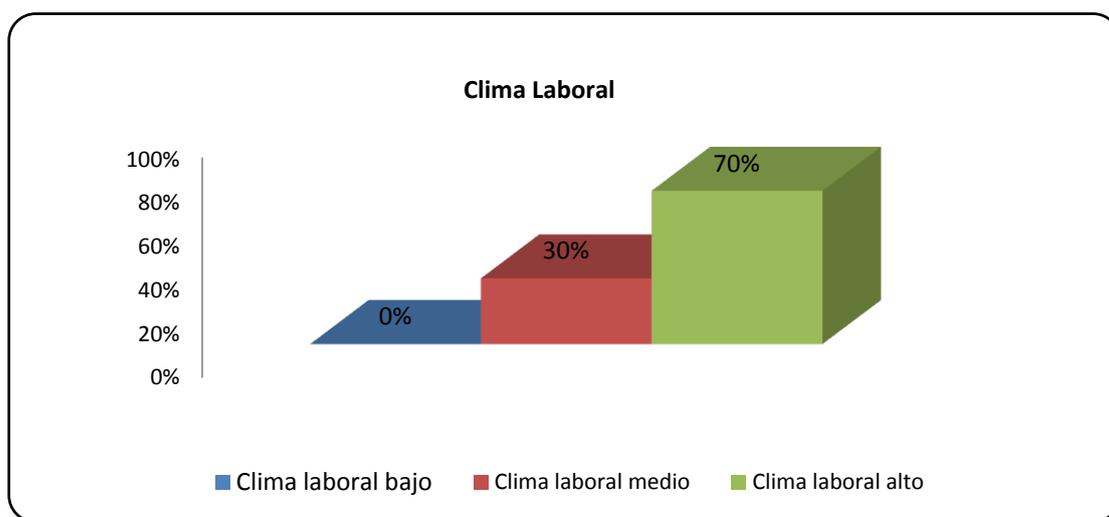


Gráfico 3. Distribución de frecuencias Clima Laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Fuente: Encuesta Clima Laboral.

Elaboración propia. 14 clientes (70%), encuestados afirman que el clima laboral es alto y 6 clientes (30%) encuestados señalan que el clima laboral es medio.

Análisis Descriptivo del Desempeño Laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Tabla 5.

Distribución de frecuencias del Desempeño laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Desempeño Laboral	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Desempeño laboral bajo	0	0.0%	0.0%
Desempeño laboral medio	7	35.0%	35.0%
Desempeño laboral alto	13	65.0%	100.0%
Total	20	100.0%	

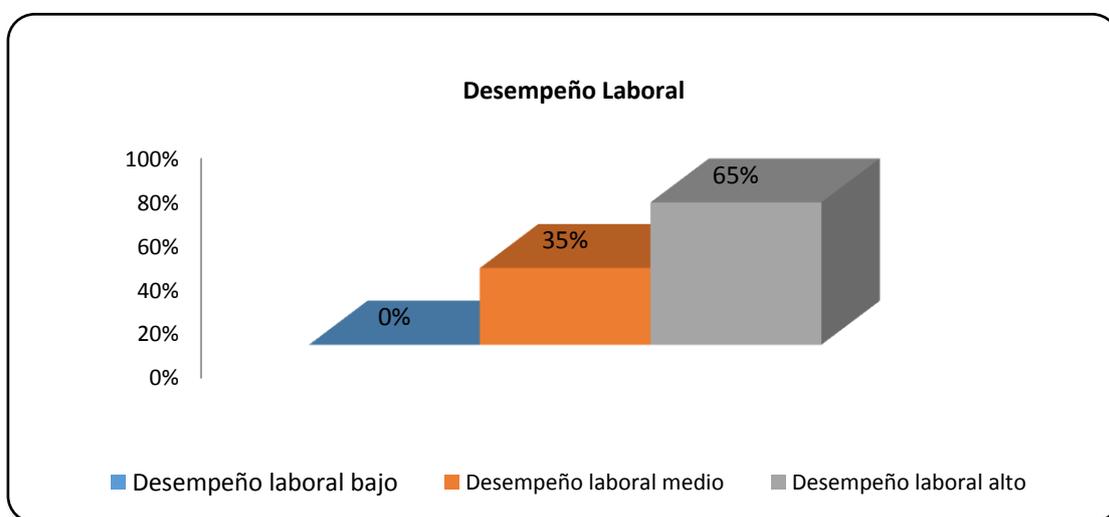


Gráfico 4. Distribución de frecuencias Desempeño laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Fuente: Encuesta Clima Laboral.

Elaboración propia. 13 clientes (65%) encuestados señala que desempeño laboral es alta y 07 clientes (35%) encuestados señala que el desempeño laboral es media.

Análisis Descriptivo del Crecimiento Profesional del Trabajador en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Tabla 6.

Distribución de frecuencias del crecimiento profesional del trabajador en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Desempeño Laboral	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Crecimiento profesional del trabajador bajo	0	0.0%	0.0%
Crecimiento profesional del trabajador medio	15	75.0%	75.0%
Crecimiento profesional del trabajador alto	05	25.0%	100.0%
Total	20	100.0%	

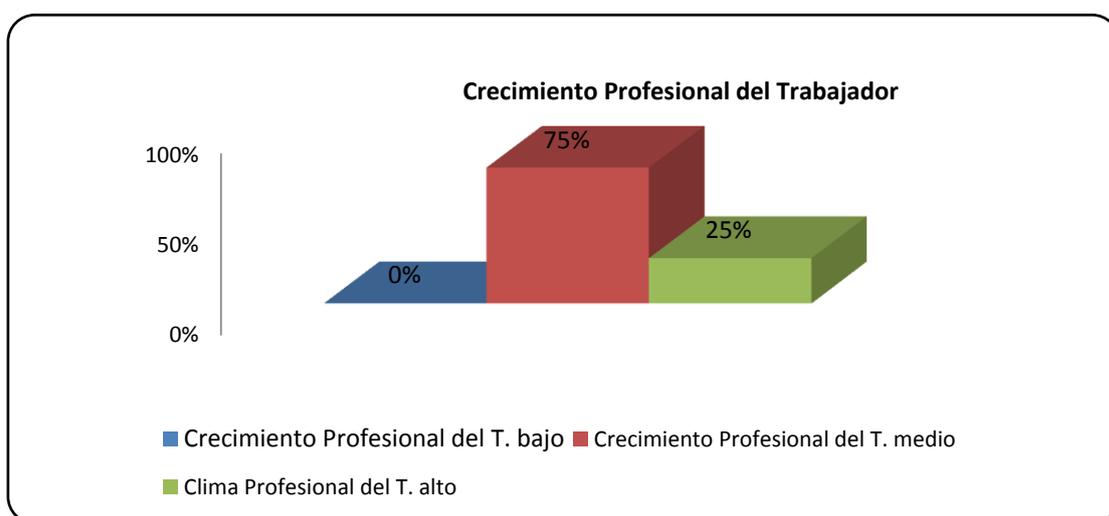


Gráfico 5. Distribución de frecuencias Crecimiento profesional del trabajador en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Fuente: Encuesta Clima Laboral.

Elaboración propia. 5 clientes (25%) encuestados señala que crecimiento profesional del trabajador es alta y 15 clientes (75%) encuestados señala que el crecimiento profesional del trabajador es media.

Análisis Descriptivo del Oportunidades de Crecimiento en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Tabla 7.

Distribución de frecuencias de oportunidades de crecimiento en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Desempeño Laboral	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Oportunidades de crecimiento bajo	01	5.0%	5.0%
Oportunidades de crecimiento trabajador medio	06	30.0%	30.0%
Oportunidades de crecimiento alto	13	65.0%	100.0%
	20	100.0%	

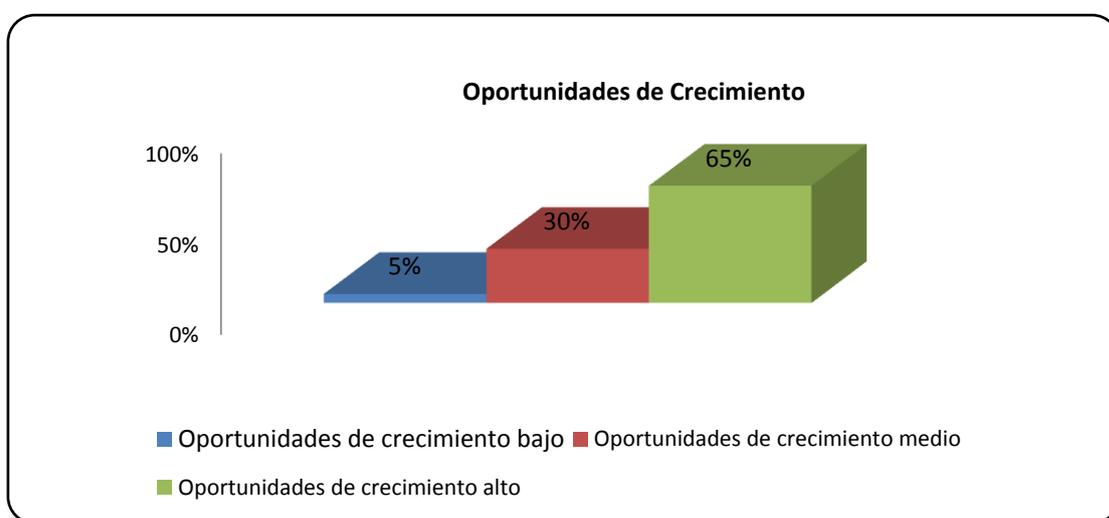


Gráfico 6. Distribución de frecuencias Oportunidades de crecimiento en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Fuente: Encuesta Clima Laboral.

Elaboración propia. 13 clientes (65%) encuestados señala que las oportunidades de crecimiento son alta y 06 clientes (30%) encuestados señala que las oportunidades de crecimiento es media.

Análisis Descriptivo de Compañerismo en el Trabajo en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Tabla 8.

Distribución de frecuencias de Compañerismo en el trabajo en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Desempeño Laboral	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Compañerismo en el trabajo bajo	0	0.0%	0.0%
Compañerismo en el trabajo medio	06	30.0%	30.0%
Compañerismo en el trabajo alto	14	70.0%	100.0%
	20	100.0%	

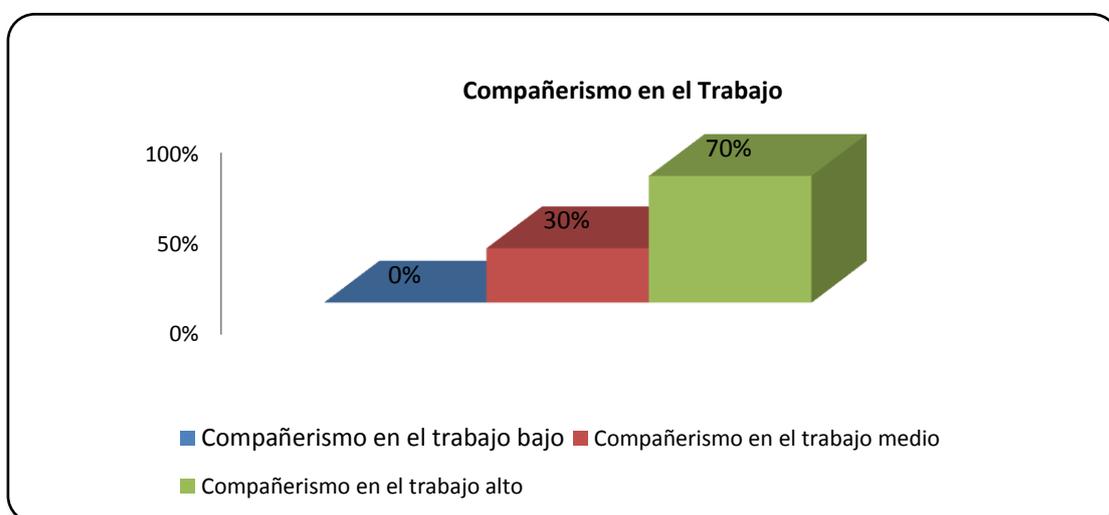


Gráfico 7. Distribución de frecuencias Compañerismo en el trabajo en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Fuente: Encuesta Clima Laboral.

Elaboración propia. 14 clientes (70%) encuestados afirman que el compañerismo en el trabajo es alta y 06 clientes (30%) encuestados señala que el compañerismo en el trabajo es media.

Tabla 9.

Distribución de frecuencias de la variable Clima Laboral y sus dimensiones en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Variable y dimensiones	Clima laboral Bajo		Clima laboral medio		Clima laboral Alto		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
	Clima Laboral	0	0.00	6	30.00	14	70.00	20
Desempeño Laboral	0	0.00	7	35.00	13	65.00	20	100.00
Crecimiento Profesional del trabajador	0	0.00	15	75.00	5	25.00	20	100.00
Oportunidades de crecimiento	1	5.00	6	30.00	13	65.00	20	100.00
Compañerismo en el trabajo	0	0.00	6	30.00	14	70.00	20	100.00

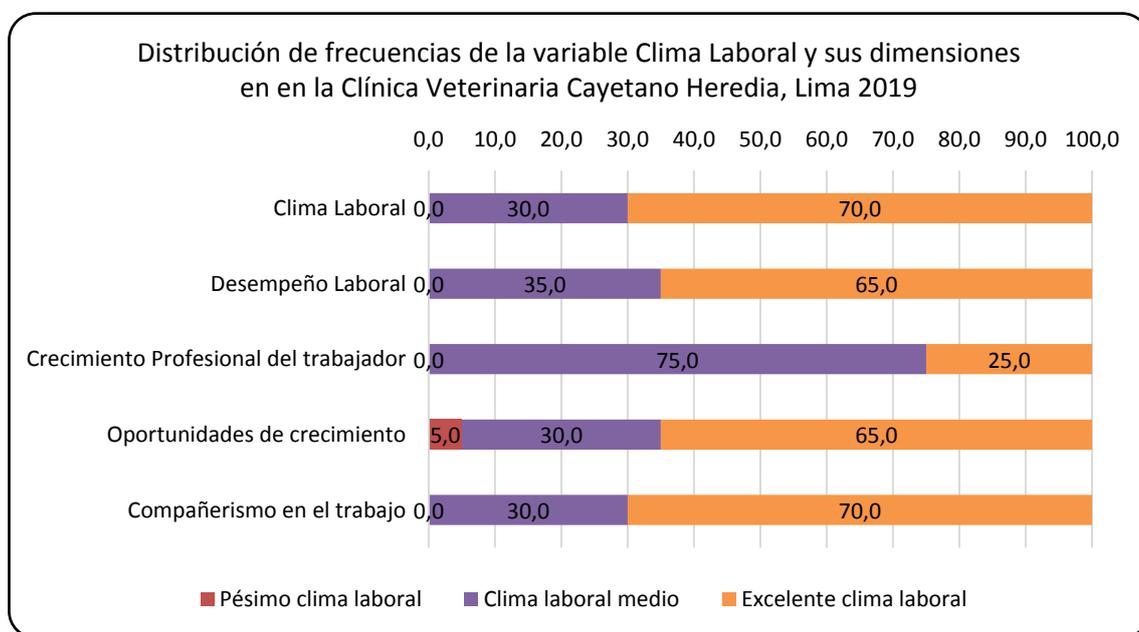


Gráfico 8. Distribución de frecuencias de la variable Clima Laboral y sus dimensiones en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia año 2019.

Fuente: Encuesta Clima Laboral.

Elaboración propia.

4.3. Contrastación de Hipótesis

4.3.1. Bases teóricas para la contrastación de hipótesis

Pruebas de hipótesis par la correlación de dos variables.

Para lograr los objetivos trazados en el presente trabajo de investigación, se hizo en base a la validación de las siguientes pruebas de hipótesis:

Hipótesis:

Ho: Entre las variables X e Y no existe una relación significativa.

Hi: Entre las variables X e Y existe una relación significativa.

Coefficiente de correlación de Spearman por rangos

De 0.00 a 0.19 Muy baja correlación

De 0.20 a 0.39 Baja correlación

De 0.40 a 0.59 Moderada correlación

De 0.60 a 0.79 Buena correlación

De 0.80 a 1.00 Muy buena correlación

4.3.2. Contrastación de la Hipótesis General

a. Formulación de Hipótesis

Hi: Existe relación entre la fidelización del cliente interno y el clima laboral en la clínica veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Ho: No existe relación entre la fidelización del cliente interno y el clima laboral en la clínica veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

b. Establecimiento el nivel de significancia

Se denota por la letra griega alfa y para la mayoría de los propósitos, se suele establecer en 0.05, en porcentaje 5% y se considera significativo a todo p-valor que se encuentre por debajo de este nivel, se considera altamente significativo cuando el p-valor es menor a 0.01, en porcentaje 1%. $\alpha = 0.05 = 5\%$.

c. Elección del Estadístico de Prueba

La prueba estadística elegida, teniendo en cuenta que no es aleatoria la distribución de la variable, será no paramétrica. Las pruebas estadísticas no paramétricas son aquellas que se utilizan para analizar datos con variables nominales y ordinales; estos datos no asumen un tipo particular de distribución. Se aceptan distribuciones no normales y la exigencia en cuanto al tamaño de la muestra es menor que en el caso de las pruebas paramétricas. Asimismo, teniendo en cuenta el nivel investigativo que es Relacional, El diseño que es Correlacional, y el objetivo es relacionar, así como la variable ha sido distribuida en escalas, se toma en cuenta el uso de la prueba estadística Rho de Spearman.

d. Lectura del p-valor

Correlaciones						
				Fidelización del Cliente Interno	Clima Laboral	
Rho Spearman	de Fidelización del Cliente Interno	del Cliente	Coeficiente de correlación	1,000	,590**	
			Sig. (bilateral)	.	,006	
			N	20	20	
		Clima Laboral	Coeficiente de correlación	,590**	1,000	
			Sig. (bilateral)	,006	.	
			N	20	20	

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

El p-valor es 0.006, como se puede observar en la tabla anterior.

e. Toma de decisión

Teniendo en cuenta:

P-valor > Nivel de significancia se acepta Ho

P-valor < Nivel de significancia se rechaza Ho

Entonces: Se rechaza H0, aceptándose Hi, por consiguiente: Existe relación entre la fidelización del cliente interno y el clima laboral en la clínica veterinaria Cayetano Heredia año 2019.

4.3.3. Contrastación de la Hipótesis Específica 1.

a. Formulación de Hipótesis

Hi: Existe relación la Fidelización del Cliente Interno y el desempeño laboral de la variable clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Ho: No existe relación la Fidelización del Cliente Interno y el desempeño laboral de la variable clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

b. Establecimiento el nivel de significancia

Se denota por la letra griega alfa y para la mayoría de los propósitos, se suele establecer en 0.05, en porcentaje 5% y se considera significativo a todo p-valor que se encuentre por debajo de este nivel, se considera altamente significativo cuando el p-valor es menor a 0.01, en porcentaje 1%; entonces el $\alpha = 0.05 = 5\%$

c- Elección del Estadístico de Prueba

La prueba estadística elegida, teniendo en cuenta que no es aleatoria la distribución de la variable, será no paramétrica. Las pruebas estadísticas no paramétricas son aquellas que se utilizan para analizar datos con variables nominales y ordinales; estos datos no asumen un tipo particular de distribución. Se aceptan distribuciones no normales y la exigencia en cuanto al tamaño de la muestra es menor que en el caso de las pruebas paramétricas. Asimismo, teniendo en cuenta el nivel investigativo que es Relacional, El diseño que es Correlacional, y el objetivo es relacionar, así como la variable ha sido distribuida en escalas, se toma en cuenta el uso de la prueba estadística Rho de Spearman.

d. Lectura del p-valor al ser subjetiva va a depender de la percepción que tengan los encuestados.

Correlaciones			
		Fidelización del Cliente Interno	Desempeño Laboral
Rho de Spearman	Fidelización del Cliente Interno	1,000	,258
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.	,027
	N	20	20
	Desempeño Laboral	,258	1,000
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,027	.
	N	20	20

El p-valor es 0.017, como se puede observar en la tabla anterior.

e. Toma de decisión

Teniendo en cuenta:

P-valor > Nivel de significancia se acepta H_0 .

P-valor < Nivel de significancia se rechaza H_0 .

Entonces: Se rechaza H_0 , aceptando H_1 , por consiguiente: Existe relación la Fidelización del Cliente Interno y el desempeño laboral de la variable clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

4.3.4. Contrastación de la Hipótesis Específica 2.

a. Formulación de Hipótesis

H_1 : Existe relación la Fidelización del Cliente Interno y el crecimiento profesional del trabajador de la variable clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

H_0 : No existe relación la Fidelización del Cliente Interno y el crecimiento profesional del trabajador de la variable clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

b. Establecimiento el nivel de significancia

Se denota por la letra griega alfa y para la mayoría de los propósitos, se suele establecer en 0.05, en porcentaje 5% y se considera significativo a todo p-valor que se encuentre por debajo de este nivel, se considera altamente significativo cuando el p-valor es menor a 0.01, en porcentaje 1%.

$$\alpha = 0.05 = 5\%$$

c. Elección del Estadístico de Prueba

La prueba estadística elegida, teniendo en cuenta que no es aleatoria la distribución de la variable, será no paramétrica. Las pruebas estadísticas no paramétricas son aquellas que se utilizan para analizar datos con variables nominales y ordinales; estos datos no asumen un tipo particular de distribución.

Se aceptan distribuciones no normales y la exigencia en cuanto al tamaño de la muestra es menor que en el caso de las pruebas paramétricas. Asimismo,

teniendo en cuenta el nivel investigativo que es Relacional, El diseño que es Correlacional, y el objetivo es relacionar, así como la variable ha sido distribuida en escalas, se toma en cuenta el uso de la prueba estadística Rho de Spearman.

d. Lectura del p-valor

Correlaciones				Fidelización del Cliente Interno	Crecimiento Profesional del trabajador
Rho de Spearman	de Fidelización del Cliente Interno	del Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000	,502*	
		N	20	20	
	Crecimiento Profesional del trabajador	del Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,502*	1,000	
		N	20	20	

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

El p-valor es 0.024, como se puede observar en la tabla anterior.

e. Toma de decisión

Teniendo en cuenta:

P-valor > Nivel de significancia se acepta Ho.

P-valor < Nivel de significancia se rechaza Ho.

Entonces: Se rechaza H0, aceptando Hi, por consiguiente: Existe relación la Fidelización del Cliente Interno y el crecimiento profesional del trabajador de la variable clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

4.3.5. Contrastación de la Hipótesis Específica 3.

a. Formulación de Hipótesis

Hi: Existe relación la Fidelización del Cliente Interno y el Oportunidades de crecimiento de la variable clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

Ho: No existe relación la Fidelización del Cliente Interno y el Oportunidades de crecimiento de la variable clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

b.- Establecimiento el nivel de significancia

Se denota por la letra griega alfa y para la mayoría de los propósitos, se suele establecer en 0.05, en porcentaje 5% y se considera significativo a todo p-valor que se encuentre por debajo de este nivel, se considera altamente significativo cuando el p-valor es menor a 0.01, en porcentaje 1%.

$$\alpha = 0.05 = 5\%$$

c. Elección del Estadístico de Prueba

La prueba estadística elegida, teniendo en cuenta que es aleatoria la distribución de la variable, será no paramétrica. Las pruebas estadísticas no paramétricas son aquellas que se utilizan para analizar datos con variables nominales y ordinales; estos datos no asumen un tipo particular de distribución. Se aceptan distribuciones no normales y la exigencia en cuanto al tamaño de la muestra es menor que en el caso de las pruebas paramétricas. Asimismo, teniendo en cuenta el nivel investigativo que es Relacional.

El diseño que es Correlacional, y el objetivo es relacionar, así como la variable ha sido distribuida en escalas, se toma en cuenta el uso de la prueba estadística Rho de Spearman.

d. Lectura del p-valor

Correlaciones				
			Fidelización del Cliente Interno	Oportunidades de crecimiento
Rho Spearman	de Fidelización del Cliente Interno	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000 .	,597** ,005
N			20	20
	Oportunidades de crecimiento	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,597** ,005	1,000 .
N			20	20

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

El p-valor es 0.005, como se puede observar en la tabla anterior.

e. Toma de decisión

Teniendo en cuenta:

P-valor > Nivel de significancia se acepta H_0 .

P-valor < Nivel de significancia se rechaza H_0 .

Entonces: Se rechaza H_0 , aceptando H_1 ; por consiguiente: Existe relación la Fidelización del Cliente Interno y el Oportunidades de crecimiento de la variable clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

4.3.6. Contrastación de la Hipótesis Específica 4.

a.- Formulación de Hipótesis

H_1 : Existe relación la Fidelización del Cliente Interno y el Compañerismo en el trabajo de la variable clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia año 2019.

H_0 : No existe relación la Fidelización del Cliente Interno y el Compañerismo en el trabajo de la variable clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.

b.- Establecimiento el nivel de significancia

Se denota por la letra griega alfa y para la mayoría de los propósitos, se suele establecer en 0.05, en porcentaje 5% y se considera significativo a todo p-valor que se encuentre por debajo de este nivel, se considera altamente significativo cuando el p-valor es menor a 0.01, en porcentaje 1%.

$$\alpha = 0.05 = 5\%$$

c.- Elección del Estadístico de Prueba

La prueba estadística elegida, teniendo en cuenta que es aleatoria la distribución de la variable, será no paramétrica. Las pruebas estadísticas no paramétricas son aquellas que se utilizan para analizar datos con variables nominales y ordinales; estos datos no asumen un tipo particular de distribución. Se aceptan distribuciones no normales y la exigencia en cuanto al tamaño de la muestra es menor que en el caso de las pruebas paramétricas. Asimismo, teniendo en cuenta el nivel investigativo que es Relacional, El diseño que es

Correlacional, y el objetivo es relacionar, así como la variable ha sido distribuida en escalas, se toma en cuenta el uso de la prueba estadística Rho de Spearman.

d.- Lectura del p-valor

Correlaciones				
			Fidelización del Cliente Interno	Compañerismo en el trabajo
Rho de Spearman	Fidelización del Cliente Interno	del Coeficiente de correlación	1,000	,449*
		Sig. (bilateral)	.	,047
		N	20	20
	Compañerismo en el trabajo	Coeficiente de correlación	,449*	1,000
		Sig. (bilateral)	,047	.
		N	20	20

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

El p-valor es 0.047, como se puede observar en la tabla anterior.

e. Toma de decisión

Teniendo en cuenta:

P-valor > Nivel de significancia se acepta Ho

P-valor < Nivel de significancia se rechaza Ho

Entonces: Se rechaza H0, aceptando Hi; por consiguiente: Existe relación la Fidelización del Cliente Interno y el Oportunidades de crecimiento de la variable clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia año 2019.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

1. En la presente investigación de Fidelización del Cliente Interno y el Clima Laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019, se determinó que existe relación directa y muy significativa entre la Fidelización del Cliente Interno y el Clima Laboral, siendo los resultados semejantes a los hallados por Nuñez L. (2017), quien en su tesis denominada “Desempeño laboral y satisfacción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junín-2017, concluye que el desempeño laboral tiene una correlación positiva moderada con la satisfacción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junín 2017, interpretándose que existe una relación directa y significativa entre ambas variables evaluadas.
2. Respecto al objetivo determinar la relación entre la Fidelización del Cliente Interno y el desempeño laboral de la variable clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019, se determina que la dimensión compromiso y la dimensión desempeño laboral, tienen relación directa y significativa. En los estudios considerados como antecedentes no se ha encontrado las relaciones entre las dimensiones de la variable Fidelización del Cliente Interno y el Clima laboral, por lo que debemos considerar esta relación como general, entre las variables generales, al respecto, los resultados coinciden con lo planteado por Quispe E. (2018), quien en su tesis “Relación entre la satisfacción y el desempeño laboral de los servidores públicos de la gerencia de administración de la Municipalidad Provincial de Piura, 2016”, concluye que hay una relación moderada y positiva entre la calidad de servicio y la fidelización del cliente que se interpreta que existe una relación directa y significativa entre ambas la variable Fidelización del Cliente interno y la dimensión desempeño laboral evaluadas.
3. En lo relacionado al objetivo específico Determinar la relación entre la Fidelización del Cliente Interno y el crecimiento profesional del trabajador de la variable clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia,

Lima 2019, se determina que la dimensión compromiso y la dimensión desempeño laboral, tienen relación directa y significativa. En los estudios considerados como antecedentes no se ha encontrado las relaciones entre las dimensiones de la variable Fidelización del Cliente Interno y el Clima laboral, por lo que debemos considerar esta relación como general, entre las variables generales, al respecto, los resultados coinciden con lo planteado por Nuñez L. (2017), quien en su tesis denominada “Desempeño laboral y satisfacción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junín-20172, concluye que el desempeño laboral tiene una correlación positiva moderada con la satisfacción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junín 2017, que se interpreta que existe una relación directa y significativa entre la variable Fidelización del Cliente Interno y el crecimiento profesional del trabajador de la variable clima laboral, evaluadas.

4. Respecto al objetivo determinar la relación entre la Fidelización del Cliente Interno y las Oportunidades de crecimiento de la variable clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019, se determina que la dimensión compromiso y la dimensión desempeño laboral, tienen relación directa y significativa. En los estudios considerados como antecedentes no se ha encontrado las relaciones entre las dimensiones de la variable Fidelización del Cliente Interno y el Clima laboral, por lo que debemos considerar esta relación como general, entre las variables generales, al respecto, los resultados coinciden con lo planteado por Campo M. y Cuestas S. (2018) según su tesis, “Clima laboral y desempeño laboral en los trabajadores de la autoridad administrativa del agua Huarmey Chicama-2018”, concluye que el clima y el desempeño laboral dentro de la Autoridad Nacional del Agua Huarmey Chicama, donde se muestra que el clima alcanza un 23% en el nivel alto, mientras que el desempeño laboral 23% en el nivel muy alto, el que se interpreta que existe una relación directa y significativa entre la variable Fidelización del Cliente Interno y la dimensión Oportunidades de crecimiento de la variable Clima laboral, evaluadas.
5. Respecto al objetivo determinar la relación entre la Fidelización del Cliente Interno y el Compañerismo en el trabajo de la variable clima laboral en la

Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019, se determina que la dimensión compromiso y la dimensión desempeño laboral, tienen relación directa y significativa. En los estudios considerados como antecedentes no se ha encontrado las relaciones entre las dimensiones de la variable Fidelización del Cliente Interno y el Clima laboral, por lo que debemos considerar esta relación como general, entre las variables generales, al respecto, los resultados coinciden con lo planteado por Quispe E. (2018), quien en su tesis “Relación entre la satisfacción y el desempeño laboral de los servidores públicos de la gerencia de administración de la Municipalidad Provincial de Piura, 2016”, concluye que hay una relación moderada y positiva entre la calidad de servicio y la fidelización del cliente que se interpreta que existe una relación directa y significativa entre ambas la variable Fidelización del Cliente interno y la dimensión desempeño laboral de la variable clima laboral, evaluadas.

VI. CONCLUSIONES

- Primera:** La fidelización del cliente interno en otras palabras del colaborador, mejora cuando el clima laboral funciona bien, existiendo una relación directa, y aunque no es el único factor, sí es relevante, el hecho mismo que el cliente interno, mediante la satisfacción de sus necesidades y expectativas generados en un buen clima laboral, mejoran la fidelización.
- Segunda:** La Fidelización del Cliente Interno se relaciona directa y significativamente con el desempeño laboral de la variable clima laboral, confirmando que esta dimensión de la variable clima laboral se relaciona fuertemente con la variable fidelización del cliente.
- Tercera:** La Fidelización del Cliente Interno se relaciona significativamente con el crecimiento profesional de la variable clima laboral significando que, el crecimiento profesional en las organizaciones mejora la fidelización de los trabajadores.
- Cuarta:** La Fidelización del Cliente Interno se relaciona significativamente con las Oportunidades de crecimiento de la variable clima laboral, significando que las oportunidades de crecimiento en las organizaciones mejoran la fidelización del cliente interno.
- Quinta:** La Fidelización del Cliente Interno se relaciona significativamente con el Compañerismo en el trabajo de la variable clima laboral significando que el compañerismo en el trabajo mejora la fidelización del cliente interno.

VII. RECOMENDACIONES

- Primera:** Organizar y enfatizar al mejoramiento del clima laboral organizacional en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, debe mantenerse el clima laboral que se viene experimentando a la fecha, pues contribuye a la fidelización del cliente interno.
- Segunda:** Mantener el nivel del desempeño laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, el cual muestra un buen nivel, pues mejora el clima la fidelización del cliente interno.
- Tercera:** Dirigir las ocasiones en que se brindan al trabajador para crecer profesionalmente, pues representa una mejora en la fidelización del trabajador hacia la empresa, en este caso, de la Veterinaria Cayetano Heredia.
- Cuarta:** Dar oportunidades de crecimiento del trabajador en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, siendo un factor de mejoramiento de la fidelización del cliente interno.
- Quinta:** Optimizar el compañerismo en el trabajo de la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, pues es un factor de mejoramiento de la fidelización del cliente interno.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaide J. (2015). *Fidelización del cliente*. Madrid, España: Ediciones ESIC.
- Bordas M. (2016). *Gestión estrategia del clima laboral*. Madrid, España: Edición digital.
- Campo M. y Cuestas S. (2018). *Clima laboral y desempeño laboral en los trabajadores de la autoridad administrativa del agua Huarmey Chicama – 2018*. (Tesis de pregrado). Universidad Privada Juan Mejía Baca, Perú.
- Castro F. (2016). *Influencia del Clima Laboral en el desempeño de funcionarios de negocios del segmento exclusivo de una empresa bancaria en Lima - 2016* (Tesis de pregrado). Universidad San Ignacio de Loyola, Perú.
- Chiavenato I. (2011). *Administración del Recurso Humano*. España: Edición McGraw-Hill Interamericana.
- Chiavenato I. (2009). *Gestión de Talento Humano*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Gan F. (2012). *Clima Laboral*. Madrid, España: Ediciones digital.
- Maigua J. (2017). *El clima laboral y sus incidencias en el desempeño de los trabajadores del área de talento humano de la constructora diplopter s.a. diseño ingeniería y proyectos de Guayaquil en el periodo 2016- 2017* (Tesis de pregrado). Universidad Laica, Ecuador.
- Micolta D. (2015). *El clima laboral y su influencia en el desempeño de los funcionarios de la Subsecretaría de Educación del Distrito de Guayaquil*. (Tesis de pregrado), Universidad católica de Guayaquil, Ecuador.
- Núñez L. (2017). *Desempeño laboral y satisfacción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junín - 2017* (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Ortiz L. (2018). *Análisis de las estrategias de fidelización de los clientes internos* (Tesis de pregrado), Universidad católica, Colombia.
- Pacheco M. (2017). *Fidelización de clientes para incrementar ventas en la empresa DISDURAN S.A. en el Cantón*. (Tesis de pregrado). Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Guayaquil, Ecuador.
- Palomino G. (2017). *Fidelización de Clientes de la empresa Perú Food S.A.C., San Juan de Lurigancho, 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Perú.
- Puicón M. (2017). *Marketing relacional y fidelización de clientes en la empresa Salomón, Comas, 2017*". (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Perú.
- Quispe E. (2018). *Calidad de servicio y Fidelización del cliente de la empresa Multiservicios Centauro S.A.C dentro del almacén de Gloria S.A. distrito de Ate – 2018*. (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Perú.
- Rubio E. (2011). *Clima Laboral*. Madrid, España: Ediciones ESIC.

- Salazar L. (2017). *Calidad del Servicio y Fidelización del cliente en la empresa Papeles Industriales y Comerciales S.A.C.*, Año 2017. (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Santamaría F. y Zaña K. (2015). *Percepción del clima laboral de los trabajadores de una entidad Universitaria 2015*". (Tesis de pregrado). Universidad Privada Juan Mejía Baca, Perú.
- Schnarch A. (2010), *Marketing de fidelización*. Quito Ecuador. Edición eco.
- Zans A. (2016). *Clima organizacional y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores administrativos y docentes de la Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa, UNAN – Managua en el período 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad de Managua, Nicaragua.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

RELACIÓN ENTRE LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE INTERNO Y EL CLIMA LABORAL EN LA CLÍNICA VETERINARIA CAYETANO HEREDIA AÑO 2019						
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	MÉTODO	POBLACIÓN Y MUESTRA
<p>GENERAL:</p> <p>¿Qué relación existe entre la fidelización del cliente interno y el clima laboral en la clínica veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?</p>	<p>GENERAL:</p> <p>Determinar qué relación existe entre la fidelización del cliente interno y el clima laboral en la clínica veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.</p>	<p>GENERAL:</p> <p>Existe relación entre la fidelización del cliente interno y el clima laboral en la clínica veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.</p>	<p>VARIABLE 1:</p> <p>FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE INTERNO</p>	<p>-Compromiso del trabajador.</p> <p>-Liderazgo y productividad del trabajador.</p> <p>-Incentivos y beneficios.</p> <p>-Satisfacción del cliente interno</p>	<p>Hipotético deductivo</p> <p>ENFOQUE Cuantitativo</p> <p>TIPO Aplicada</p>	<p>Trabajadores de la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia</p> <p>TÉCNICAS Encuesta con escala tipo Likert.</p>
<p>ESPECÍFICOS:</p> <p>¿Qué relación existe entre el compromiso del trabajador y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre el liderazgo, productividad del trabajador y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre los incentivos, beneficios y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre la satisfacción del cliente interno y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?</p>	<p>ESPECÍFICOS:</p> <p>-Determinar qué relación existe entre el compromiso del trabajador y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019.</p> <p>-Determinar qué relación existe entre el liderazgo, productividad del trabajador y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019</p> <p>-Determinar qué relación existe entre los incentivos, beneficios y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019</p> <p>-Determinar qué relación existe entre la satisfacción del cliente interno y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019</p>	<p>ESPECÍFICOS:</p> <p>¿Existe relación entre el compromiso del trabajador y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?</p> <p>¿Existe relación entre el liderazgo, productividad del trabajador y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?</p> <p>¿Existe relación entre los incentivos, beneficios y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?</p> <p>¿Existe relación entre la satisfacción del cliente interno y el clima laboral en la Clínica Veterinaria Cayetano Heredia, Lima 2019?</p>	<p>VARIABLE 2:</p> <p>CLIMA LABORAL</p>	<p>-Desempeño laboral.</p> <p>-Crecimiento profesional del trabajador</p> <p>-Oportunidades de desarrollo.</p> <p>-Compañerismo en el trabajo</p>	<p>NIVEL Descriptivo – Correlacional</p> <p>DISEÑO Corte transversal no experimental.</p>	<p>INSTRUMENTOS Cuestionario de 30 ítems.</p>

Anexo 2: Matriz de operacionalización

Operacionalización de la variable Fidelización del Cliente Interno

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Fidelización del Cliente Interno	Según Alcaide J. (2010), la fidelización de los clientes constituye una matriz cuyo centro está formado por la cultura organizacional, la calidad del servicio, las estrategias de marketing y de una serie de ramificaciones tales como la gestión de la información, el marketing interno, la comunicación, el manejo de las experiencias y los incentivos para atraer y desarrollar un vínculo duradero con el cliente.	La fidelización del cliente interno se evalúa tomando en cuenta el comportamiento del trabajador, liderazgo y productividad del trabajador, incentivos y beneficios y satisfacción del cliente interno, analizando sus atributos mediante un cuestionario.	1.- Compromiso del trabajador	-Cumplimiento de los objetivos -Conocimiento -Responsabilidad	Likert
	Entiendo que aunque muchas empresas toman decisiones eficaces para medir la fidelización interna, lo cierto es que como toda medida de comportamiento, se dificulta diseñar y administrar acciones de mejora.		2.- Liderazgo y productividad del trabajador	-Eficiencia -Eficacia -Organizar -Ejemplo -Guía	
			3.- Incentivos y beneficios	-Bienestar -Aumento remunerativo -Bonos	
			4.- Satisfacción del cliente interno	-Complacencia -Armonía -Dedicación -Motivación	
Para poder medir de forma objetiva se tiene que realizar una clasificación de acciones de mejora documentadas.					

Operacionalización de la variable Clima Laboral

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Clima Laboral	<p>Según Gan F. (2012), menciona que el clima laboral es un concepto con amplia tradición en los estudios e investigaciones acerca del factor humano en empresas y organizaciones.</p> <p>El clima laboral es un indicador fundamental de la vida de la empresa, condicionado por múltiples cuestiones, desde normas internas de funcionamiento, las condiciones ergonómicas del lugar de trabajo y equipamientos, pasando por actitudes de las personas que integran el equipo, los estilos de dirección de líderes y jefes, los salarios y remuneraciones, hasta la identificación y satisfacción de cada persona con la labor que realiza.</p>	<p>El Clima Laboral se evalúa tomando en cuenta el desempeño laboral, crecimiento profesional del trabajador, oportunidades de desarrollo y compañerismo en el trabajo, analizando sus atributos mediante un cuestionario.</p>	<p>-Desempeño laboral.</p> <p>-Crecimiento profesional del trabajador</p> <p>-Oportunidades de desarrollo.</p> <p>-Compañerismo en el trabajo</p>	<p>-Rendimiento del trabajador</p> <p>-Capacidad</p> <p>-Puntualidad</p> <p>-Aceptación de responsabilidades</p> <p>-Capacitaciones constantes</p> <p>-Formación de estudio</p> <p>-Progresión</p> <p>-Nuevas responsabilidades</p> <p>-Retos</p> <p>-Cambios</p> <p>-Trabajo en equipo</p> <p>-Solidaridad</p> <p>-Tolerancia</p> <p>-Respeto</p>	Likert

Anexo 3: Instrumentos

Escala de Fidelización del Cliente Interno

Instrucciones: A continuación, encontrara una serie de afirmaciones le agradecería responda utilizando las siguientes claves de respuestas:

Marcando su respuesta, con 1 = Muy de acuerdo, 2 = De acuerdo, 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 En desacuerdo, 5 = Muy de Desacuerdo

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	¿Cumples con los objetivos de la empresa?	X				
2	¿Conoces la misión y visión de la empresa?		X			
3	¿Te identificas plenamente con la empresa y cumples con responsabilidad tus labores en la empresa?		X			
4	¿Desarrollas eficientemente tus labores en la empresa?		X			
5	¿Desarrollas tus actividades con energía y buen humor?		X			
6	¿Organizas bien tu tiempo para culminar tus labores?		X			
7	¿Sientes que puedes ser un buen ejemplo para tus compañeros del trabajo?			X		
8	¿Sientes que puedes ser un buen guía cuando un nuevo compañero de trabajo que ingresa a la empresa?		X			
9	¿La empresa otorga algún tipo de premio por el buen desempeño de sus trabajadores?			X		
10	¿Hay política de reconocimiento monetaria y/o incentivos en la empresa?			X		
11	¿La empresa otorga bonos trimestrales o semestrales a sus trabajadores?				X	
12	¿Estas contento con el trabajo que realizas en la empresa?	X				
13	¿Hay un ambiente agradable y armonioso en tu área de trabajo?	X				
14	¿Trabajas con dedicación y no bajo presión en la empresa?			X		
15	¿Te sientes motivado al llegar todos los días a tu centro laboral?		X			

Escala de Clima laboral

Instrucciones: A continuación, encontrara una serie de afirmaciones le agradecería respondera utilizando las siguientes claves de respuestas:

Marcando su respuesta, con 1 = Muy de acuerdo, 2 = De acuerdo, 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 En desacuerdo, 5 = Muy de Desacuerdo

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	¿Has aprendido cosas positivas en la empresa?	X				
2	¿Eres capaz de adaptarte a nuevos cambios que pueda atravesar la empresa?	X				
3	¿Eres puntual al llegar a tu centro laboral?	X				
4	¿Aceptas con responsabilidad las tareas que te pueda delegar tu jefe (a)?	X				
5	¿La empresa capacita constantemente a sus trabajadores (cursos, talleres, seminarios, etc.)?			X		
6	¿Dominas bien tu trabajo?	X				
7	¿La empresa brinda apoyo constante para el desarrollo profesional del trabajador?			X		
8	¿Estas preparado para un ascenso en la empresa?	X				
9	¿La empresa brinda oportunidad al trabajador de asumir nuevas responsabilidades?	X				
10	¿La empresa confía en ti al plantearte nuevos retos?		X			
11	¿Estás dispuesto a adaptarte a cualquier cambio que pueda tener la empresa?		X			
12	¿Promueves permanentemente el trabajo en equipo?	X				
13	¿En el área donde te desempeñas sientes que hay solidaridad entre compañeros del trabajo?		X			
14	¿Eres tolerante con tus jefes y/o compañeros de trabajo?		X			
15	¿Eres respetuoso y educado con tus jefes y compañeros de trabajo?	X				

Anexo 4: Validación de instrumentos

TIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE "CLIMA LABORAL"

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Desempeño Laboral							
1	¿Sientes que has aprendido cosas positivas en la empresa?	✓		✓		✓		
2	¿Sientes que eres capaz de adaptarte a nuevos cambios que pueda atravesar la empresa?	✓		✓		✓		
3	¿Eres puntual al llegar a tu centro laboral?	✓		✓		✓		
4	¿Aceptas con responsabilidad las tareas que te pueda delegar tu jefe (a)?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2 Crecimiento Profesional							
5	¿La empresa capacita constantemente a sus trabajadores (cursos, talleres, seminarios, etc.)?	✓		✓		✓		
6	¿Sientes que dominas muy bien tu trabajo?	✓		✓		✓		
7	¿Sientes que la empresa brinda apoyo constante para el desarrollo profesional del trabajador?	✓		✓		✓		
8	¿Sientes que estás preparado para un ascenso en la empresa?	✓		✓		✓		
9	DIMENSIÓN 3 Oportunidades de Desarrollo	Si	No	Si	No	Si	No	
9	¿Sientes que la empresa brinda oportunidad al trabajador de asumir nuevas responsabilidades?	✓		✓		✓		
10	¿Sientes que la empresa confía en ti al plantearte nuevos retos?	✓		✓		✓		
11	¿Sientes que estás dispuesto a adaptarte a cualquier cambio que pueda tener la empresa?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 4 Compañerismo en el Trabajo	Si	No	Si	No	Si	No	
12	¿Promueves permanentemente el trabajo en equipo?	✓		✓		✓		
13	¿En el área donde te desempeñas sientes que hay solidaridad entre compañeros del trabajo?	✓		✓		✓		
14	¿Eres tolerante con tus jefes y/o compañeros de trabajo?	✓		✓		✓		
15	¿Eres respetuoso y educado con tus jefes y compañeros de trabajo?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____ Opinión de _____

aplicabilidad: Aplicable [✓] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/Mg: JUSTINIANO ATBAR HUAMANI.....

DNI: 08822479.....

Especialidad del validador:.....

...28...de...03...del 20.17

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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



Catedrático Dr. Justiniano ATBAR HUAMANI
TÍTULO: OGB Y TEMÁTICO DE TESIS

Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE "FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE INTERNO"

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1 Compromiso del trabajador								
1	¿Sientes que cumples con los objetivos de la empresa?	X		X		X		
2	¿Conoces la misión y visión de la empresa?	X		X		X		
3	¿Te identificas plenamente con la empresa y cumples con responsabilidad tus labores en la empresa?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2 Liderazgo y productividad del trabajador								
4	¿Sientes que desarrollas eficientemente tus labores en la empresa?	X		X		X		
5	¿Sientes que desarrollas tus actividades con energía y buen humor?	X		X		X		
6	¿Sientes que organizas bien tu tiempo para culminar tus labores?	X		X		X		
7	¿Sientes que puedes ser un buen ejemplo para tus compañeros del trabajo?	X		X		X		
8	Sientes que puedes ser un buen guía cuando un nuevo compañero de trabajo que ingresa a la empresa?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3 Satisfacción del Cliente Interno								
9	¿Te sientes contento con el trabajo que realizas en la empresa?	X		X		X		
10	¿Sientes que hay un ambiente agradable y armonioso en tu área de trabajo?	X		X		X		
11	¿Sientes que trabajas con dedicación y no bajo presión en la empresa?	X		X		X		
12	¿Sientes que hay compañerismo y camaradería en tu ambiente de trabajo?	X		X		X		
DIMENSIÓN 4 Incentivos y Beneficios								
13	Te sientes motivado al llegar todos los días a laborar en la empresa	X		X		X		
14	Hay política de reconocimiento monetarias y/o incentivos en la empresa	X		X		X		
15	La empresa otorga bonos trimestrales o semestrales a sus trabajadores	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia Opinión de

aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Chirinos Gastelú, Teresa Giavanna DNI: 07971242
 Especialidad del validador: Dr. Educ. / Metodología

06 de 04 del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
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

 Firma del Experto Informante



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE "CLIMA LABORAL"

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1 Desempeño Laboral								
1	¿Sientes que has aprendido cosas positivas en la empresa?	X		X		X		
2	¿Sientes que eres capaz de adaptarte a nuevos cambios que pueda atravesar la empresa?	X		X		X		
3	¿Eres puntual al llegar a tu centro laboral?	X		X		X		
4	¿Aceptas con responsabilidad las tareas que te pueda delegar tu jefe (a)?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2 Crecimiento Profesional								
5	¿La empresa capacita constantemente a sus trabajadores (cursos, talleres, seminarios, etc.)?	X		X		X		
6	¿Sientes que dominas muy bien tu trabajo?	X		X		X		
7	Sientes q la empresa brinda apoyo constante para el desarrollo profesional del trabajador	X		X		X		
8	¿Sientes que estás preparado para un ascenso en la empresa?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3 Oportunidades de Desarrollo								
9	¿Sientes que la empresa brinda oportunidad al trabajador de asumir nuevas responsabilidades?	X		X		X		
10	¿Sientes que la empresa confía en ti al plantearte nuevos retos?	X		X		X		
11	¿Sientes que estás dispuesto a adaptarte a cualquier cambio que pueda tener la empresa?	X		X		X		
DIMENSIÓN 4 Compañerismo en el Trabajo								
12	¿Promueves permanentemente el trabajo en equipo?	X		X		X		
13	¿En el área donde te desempeñas sientes q hay solidaridad entre compañeros del trabajo?	X		X		X		
14	¿Eres tolerante con tus jefes y/o compañeros de trabajo?	X		X		X		
15	¿Eres respetuoso y educado con tus jefes y compañeros de trabajo?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia Opinión de

aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/ Mg: CRISTINA GASTELU TERESA GUARDINO DNI: 07971242

Especialidad del validador: Dr. Educ. y Pedagogía

... de 04 del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

Firma del Experto Informante

Anexo 5: Base de recolección de datos

REGISTRO ENCUESTAS FIDELIZACIÓN CLIENTE INTERNO															
N° Encuesta	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
E1	2	3	1	2	2	2	2	2	4	4	3	2	3	2	2
E2	2	2	1	2	2	2	2	2	5	5	4	2	2	2	2
E3	1	1	1	1	1	2	1	1	4	3	1	1	1	1	1
E4	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	4	2	2	2	2
E5	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2
E6	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	1	1	1	1
E7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	1	1	1	1
E8	2	4	2	2	3	3	3	2	4	5	1	2	2	2	3
E9	1	2	2	1	1	1	1	1	3	5	5	1	2	1	1
E10	1	1	1	2	2	2	2	1	4	4	4	2	2	1	2
E11	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3
E12	1	3	4	2	2	2	2	2	5	5	5	2	2	2	3
E13	1	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	2	2	2	2
E14	2	3	1	2	1	2	3	3	4	4	5	3	2	3	3
E15	2	3	2	2	2	3	2	2	4	5	5	3	3	2	3
E16	2	2	3	2	2	3	2	2	4	5	5	3	3	2	3
E17	2	3	2	2	2	2	3	4	3	2	3	3	2	2	2
E18	1	2	3	2	3	2	3	2	4	5	4	3	3	3	3
E19	2	1	2	2	2	2	2	3	4	4	4	3	2	2	2
E20	3	2	4	3	2	3	3	3	4	5	5	2	2	2	2

REGISTRO ENCUESTAS CLIMA LABORAL

N° Encuesta	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
E1	2	3	2	2	2	2	2	2	4	4	4	2	3	2	2
E2	4	1	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	4	3	2
E3	2	2	3	1	4	2	3	2	2	2	1	1	2	1	1
E4	1	1	2	1	4	1	4	1	5	3	1	1	2	1	1
E5	1	1	3	2	3	2	3	2	2	1	1	1	1	1	2
E6	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E7	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E8	2	1	3	2	4	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2
E9	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E10	1	3	4	2	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1
E11	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2
E12	2	2	3	2	3	2	4	2	3	2	2	1	1	1	1
E13	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E14	2	1	2	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E15	2	2	3	2	3	2	4	2	4	2	2	2	3	2	2
E16	1	1	2	2	4	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2
E17	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2
E18	1	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
E19	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2
E20	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2

Anexo 6: Fotos clínica veterinaria Cayetano Heredia



