

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO  
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**



**TESIS**

**CLIMA ORGANIZACIONAL Y PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN  
CORPORATIVA EN LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL DE  
CANCHIS - AÑO 2017**

**PRESENTADA POR:**

BR. PATRICIA MARIELA ROMERO PAREDES

**TESIS PARA OPTAR AL:**

TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO  
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**ASESOR:**

MG. JOSÉ DARÍO SALAZAR BRAGAGNINI

CUSCO – PERÚ

2019

## DEDICATORIA

A Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y dotado de salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres Yuri y Patricia, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo, por ser un ejemplo constante de crecimiento; por la paciencia y ejemplo de trabajo de mi Madre, por la fortaleza y dedicación de mi Padre y por el Amor de ambos, Gracias infinitamente.

A mi hermano: Eduardo, con el que puedo contar siempre, por ser mi amigo y consejero, y también por ser un ejemplo de dedicación constante.

A mi Bisabuelo Aurelio, por ser el roble que hasta ahora nos sostiene.

A mi Mamá Marina y mi Mamá Felicia, por su ejemplo cómo mujeres emprendedoras, fuertes y grandes en todo aspecto.

A mis tíos; Mariela, Carmen y Guido; por ser mis segundos padres, por su apoyo, por su preocupación, por sus llamadas de atención para terminar rápido este trabajo de investigación; sin olvidar a mi querido tío Jhon que nos protege desde el cielo.

Al Magister Darío Salazar, por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis.

A mis amigos, por su apoyo y amistad sincera, porque cada uno de ellos apporto con un granito en la conclusión de este trabajo.

Patricia.

## AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco mi alma mater del conocimiento y cultura de la región. Mi segundo hogar, que me dio todo lo que soy.

A la facultad de Educación y Ciencias de la Comunicación, en especial a la escuela de Ciencias de la Comunicación.

A la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis, por permitirme basar esta investigación en el trabajo del año 2017.

A todos los directores de la Instituciones Educativas, a los dirigentes y periodistas que aportaron.

A los miembros del jurado, por sus sabios aportes, su apoyo incondicional y comprensión.

A mi asesor de tesis, por confiar en mi persona, apoyarme constantemente y sus sabios consejos.

A mi familia por ser parte fundamental en este proceso.

A los compañeros de facultad, con los cuales compartimos muchas horas de estudio.

La Autora

## PRESENTACIÓN

SEÑORA DECANA DE LA FACULTAD DE EDUCACION Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO, SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO.

En cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, pongo a vuestra consideración el trabajo de tesis titulado CLIMA ORGANIZACIONAL Y PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA EN LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL DE CANCHIS - AÑO 2017, con el fin de optar al Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

La presente tesis es expuesta principalmente por la urgente necesidad de contar con un texto de consulta que ahonde más de manera específica sobre la relación existente entre el clima organizacional y la imagen corporativa y en la provincia de Canchis ya que estos temas no son de interés en su mayoría.

Así mismo considero que el trabajo realizado permitirá a los futuros comunicadores tener una visión más exacta sobre el tema expuesto.

Por tal razón, pongo a consideración de los lectores este trabajo, que estoy segura servirá de referencia para esclarecer inquietudes y dudas. Sus sugerencias y apreciaciones servirán de cinkel para el perfeccionamiento de este trabajo de investigación y de futuros proyectos.

## ÍNDICE

|                               |      |
|-------------------------------|------|
| DEDICATORIA .....             | II   |
| AGRADECIMIENTO .....          | III  |
| PRESENTACIÓN .....            | IV   |
| ÍNDICE .....                  | V    |
| INDICE DE TABLAS .....        | VIII |
| INDICE DE GRÁFICOS .....      | XII  |
| INDICE DE ILUSTRACIONES ..... | XIV  |
| RESUMEN .....                 | XV   |
| ABSTRACT.....                 | XVI  |

## CAPÍTULO I

|   |    |
|---|----|
| PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN .....           | 17 |
| 1.    PROBLEMA OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN ..... | 17 |
| 1.1.    PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....          | 17 |
| 1.2.    FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....            | 18 |
| 1.2.1.    Problema general .....                  | 18 |
| 1.2.2.    Problemas específicos.....              | 18 |
| 1.3.    OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....        | 18 |
| 1.3.1.    Objetivo general.....                   | 18 |
| 1.3.2.    Objetivos específicos .....             | 18 |
| 1.4.    DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....    | 19 |
| 1.4.1.    Delimitación espacial.....              | 19 |
| 1.4.2.    Delimitación social .....               | 19 |
| 1.4.3.    Delimitación temporal .....             | 19 |
| 1.4.4.    Delimitación conceptual .....           | 19 |
| 1.5.    IMPORTANCIAS DE LA INVESTIGACIÓN .....    | 19 |
| 1.6.    JUSTIFICACIÓN.....                        | 19 |
| 1.7.    HIPÓTESIS.....                            | 21 |
| 1.7.1.    Hipótesis general.....                  | 21 |
| 1.7.2.    Hipótesis específicas.....              | 21 |
| 1.8.    VARIABLES .....                           | 21 |
| 1.8.1.    Identificación de Variables .....       | 21 |
| 1.8.2.    Operacionalización de variables .....   | 21 |

## CAPITULO II

|  |    |
|--|----|
| MARCO TEÓRICO .....  | 24 |
| 2.1 ANTECEDENTES .....   | 24 |
| 2.1.1. Antecedentes internacionales .....                              | 24 |
| 2.1.2. Antecedentes nacionales.....                                    | 26 |
| 2.1.3. Antecedentes locales .....                                      | 28 |
| 2.2. BASES TEÓRICAS .....  | 30 |
| 2.2.1. Clima organizacional.....                                       | 30 |
| 2.2.2. Factores del clima organizacional .....                         | 35 |
| 2.2.3. Dimensiones del clima organizacional.....                       | 38 |
| 2.2.4. Imagen corporativa.....   | 47 |
| 2.2.5. Factores de una buena percepción de la imagen corporativa ..... | 54 |
| 2.2.6. importancia de la imagen Corporativa .....                      | 57 |
| 2.2.7. Dimensiones de la imagen corporativa: .....                     | 59 |
| 2.3. UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA CANCHIS .....                         | 62 |
| 2.3.1. UGEL.....   | 62 |
| 2.3.2. Funciones de la UGEL.....                                       | 62 |
| 2.3.3. Misión de una UGEL.....   | 63 |
| 2.3.4. Visión de una UGEL .....  | 63 |
| 2.4. MARCO CONCEPTUAL .....  | 63 |

## CAPÍTULO III

|  |    |
|--|----|
| METODOLOGÍA .....  | 66 |
| 3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....                           | 66 |
| 3.2. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN .....                        | 66 |
| 3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....                       | 66 |
| 3.4. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....                      | 66 |
| 3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA .....                             | 67 |
| 3.5.1. Población y muestra de los usuarios: .....          | 67 |
| Formula .....  | 68 |
| 3.5.2. Población y Muestra de colaboradores .....          | 69 |
| Formula .....  | 69 |
| 3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS ..... | 70 |
| 3.6.1. Técnicas: .....                                     | 70 |
| 3.6.2. Instrumentos: .....                                 | 70 |

|      |   |    |
|------|---|----|
| 3.7. | PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS ..... | 70 |
|------|---|----|

#### CAPÍTULO IV

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| ANÁLISIS DE RESULTADO ..... | 71  |
| CORRELACIONES .....         | 118 |

#### CAPÍTULO V

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| DISCUSIÓN .....              | 141 |
| CONCLUSIONES .....           | 145 |
| RECOMENDACIONES .....        | 146 |
| BIBLIOGRAFIA .....           | 147 |
| LINKOGRAFIA .....            | 149 |
| ANEXO .....                  | 150 |
| MATRIZ DE CONSISTENCIA ..... | 151 |

## INDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla1 Operacionalización de variables .....  | 21 |
| Tabla2 Escalas de clima organizacional .....  | 36 |
| Tabla3 Dimensiones del clima organizacional .....   | 42 |
| Tabla4 Población .....  | 67 |
| Tabla5 Unidad en la que labora .....  | 71 |
| Tabla6 ¿Está conforme con la remuneración salarial que recibe? .....  | 72 |
| Tabla7 ¿Sus problemas personales afectan su desempeño laboral? .....  | 73 |
| Tabla8 ¿Ha recibido Usted incentivos y/o reconocimientos (resolución, carta de felicitación, o beca de capacitación), durante los dos últimos años que viene laborando en la Institución? ..... | 74 |
| Tabla 9 ¿Se siente motivado(a) o estimulado(a)? .....   | 75 |
| Tabla10 ¿Tiene Ud. dificultad para conocer las responsabilidades que le competen en su trabajo? .....   | 76 |
| Tabla11 ¿Le asignan tareas que no corresponden a su puesto? .....   | 77 |
| Tabla12 ¿Tiene Ud. buena relación laboral con sus compañeros de trabajo? .....  | 78 |
| Tabla 13 ¿En su oficina se fomenta el trabajo en equipo? .....  | 79 |
| Tabla 14 Cuando tiene Ud. consultas, dudas, quejas, etc. ¿tiene la posibilidad de recurrir de forma inmediata al personal adecuado? .....   | 80 |
| Tabla 15 Los problemas más frecuentes entre compañeros son: .....   | 81 |
| Tabla 16 ¿Llega usted a sus metas mensuales? .....  | 82 |
| Tabla 17 Si se le brindo capacitación por parte de la UGEL ¿Considera Usted que ha sido efectiva para desempeño de sus funciones? .....   | 83 |
| Tabla 18 ¿Recibe ayuda de su jefe inmediato? .....  | 84 |
| Tabla 19 ¿Hay imposibilidad o inconvenientes de contar con sus pares cuando hay dificultades o sobrecarga? .....  | 85 |
| Tabla 20 ¿Considera Ud. que la UGEL Canchis es un buen lugar para trabajar? .....   | 86 |
| Tabla 21 ¿Se siente orgulloso de formar parte de la UGEL Canchis? .....   | 87 |
| Tabla 22 La mayor parte de usuarios a los que usted atiende, llegan: .....  | 88 |
| Tabla 23 Cuando los usuarios se retiran, luego de ser atendidos, se ven: .....  | 89 |
| Tabla 24 ¿Cuál cree Ud. Que debe ser la actitud de los usuarios? .....  | 90 |
| Tabla 25 ¿Cuál es la queja más frecuente que han detectado del usuario? .....   | 91 |
| Tabla 26 ¿Qué entiende usted por imagen corporativa? .....  | 92 |
| Tabla 27 ¿Cree Ud. que los usuarios le tienen confianza a la UGEL Canchis? .....  | 93 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 28 ¿Ud. considera que las opiniones del periodismo y medios de comunicación respecto a la imagen institucional de la UGEL Canchis son buenas? .....                            | 94  |
| Tabla 29 Por manifestaciones de los usuarios que Ud. atiende, ¿cree que la opinión de ellos respecto a la imagen institucional de la UGEL Canchis es buena? .....                    | 95  |
| Tabla 30 En su concepto. ¿La imagen institucional de la UGEL Canchis es buena? ...   | 96  |
| Tabla 31 Los elementos de oficina como equipos de cómputo, mesas, sillas, calendarios, agendas y demás ¿están identificados con los colores, logos y nombre de la UGEL Canchis?..... | 97  |
| Tabla 32 En los documentos oficiales se conserva el nombre completo y correcto de la UGEL Canchis .....  | 98  |
| Tabla 33 ¿Cree Ud. que la atención que reciben los usuarios es la adecuada?.....   | 99  |
| Tabla 34 ¿Piensa que la atención recibida por el usuario es fundamental en la formación de la imagen corporativa de la UGEL Canchis?.....  | 100 |
| Tabla 35 Unidad a la que concurre .....  | 101 |
| Tabla 36 Como califica Ud. el servicio que le brinda la UGEL Canchis: Director.....  | 102 |
| Tabla 37 Como califica Ud. el servicio que le brinda la UGEL Canchis: Especialistas .....  | 103 |
| Tabla 38 Como califica Ud. el servicio que le brinda la UGEL Canchis: Jefes de área .....  | 104 |
| Tabla 39 Como califica Ud. el servicio que le brinda la UGEL Canchis: Administrativos .....  | 105 |
| Tabla 40 Del trato personal (humano): Director UGEL .....  | 106 |
| Tabla 41 Del trato personal (humano): Especialistas .....  | 107 |
| Tabla 42 Del trato personal (humano): Jefes de Área .....  | 108 |
| Tabla 43 Del trato personal (humano): Administrativos .....  | 109 |
| Tabla 44 Como califica el nivel profesional de: Director .....   | 110 |
| Tabla 45 Como califica el nivel profesional de: Especialistas .....  | 111 |
| Tabla 46 Como califica el nivel profesional de: Jefes de Área .....  | 112 |
| Tabla 47 Como califica el nivel profesional de: Administrativos .....  | 113 |
| Tabla 48 ¿Cómo cree Ud. que existirían mejoras en el servicio?.....  | 114 |
| Tabla 49 Como cree Ud. que existirían mejoras en el servicio .....   | 115 |
| Tabla 50 ¿Por cuál de los siguientes medios se informa de las acciones o actividades de la UGEL? .....   | 116 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 51 ¿Cuándo escucha noticias de la UGEL en los medios de comunicación, ¿Cree / Confía en lo que dicen los periodistas? ..... | 117 |
| Tabla 52 Relación entre la estructura de la UGEL Canchis y su situación actual.....   | 118 |
| Tabla 53 Relación entre la estructura de la UGEL Canchis y su reputación.....   | 118 |
| Tabla 54 Relación entre la estructura de la UGEL Canchis y su impacto.....  | 119 |
| Tabla 55 Relación entre la estructura de la UGEL Canchis y la atención.....   | 119 |
| Tabla 56 Relación entre la recompensa de la UGEL Canchis y la situación actual .....  | 120 |
| Tabla 57 Relación entre la recompensa de la UGEL Canchis y el reputación.....   | 120 |
| Tabla 58 Relación entre la recompensa de la UGEL Canchis y el impacto .....   | 121 |
| Tabla 59 Relación entre la recompensa de la UGEL Canchis y la atención .....  | 121 |
| Tabla 60 Relación entre la responsabilidad de la UGEL Canchis y situación actual ..   | 122 |
| Tabla 61 Relación entre la responsabilidad de la UGEL Canchis y reputación.....   | 122 |
| Tabla 62 Relación entre la responsabilidad de la UGEL Canchis e impacto .....   | 123 |
| Tabla 63 Relación entre la responsabilidad de la UGEL Canchis y la atención .....   | 123 |
| Tabla 64 Relación entre la cooperación de la UGEL Canchis y la situación actual.....  | 124 |
| Tabla 65 Relación entre la cooperación de la UGEL Canchis y el reputación.....  | 124 |
| Tabla 66 Relación entre la cooperación de la UGEL Canchis e impacto.....  | 125 |
| Tabla 67 Relación entre la cooperación de la UGEL Canchis y la atención .....   | 125 |
| Tabla 68 Relación entre las relaciones de la UGEL Canchis y la situación actual .....   | 126 |
| Tabla 69 Relación entre las relaciones de la UGEL Canchis y prestigio .....   | 126 |
| Tabla 70 Relación entre las relaciones de la UGEL Canchis e impacto.....  | 127 |
| Tabla 71 Relación entre las relaciones de la UGEL Canchis y la atención.....  | 127 |
| Tabla 72 Relación entre el desafío de la UGEL Canchis y la situación actual.....  | 128 |
| Tabla 73 Relación entre el desafío de la UGEL Canchis y el reputación.....  | 128 |
| Tabla 74 Relación entre el desafío de la UGEL Canchis y el impacto.....   | 129 |
| Tabla 75 Relación entre el desafío de la UGEL Canchis y la atención .....   | 129 |
| Tabla 76 Relación entre los estándares de la UGEL Canchis y la situación actual.....  | 130 |
| Tabla 77 Relación entre los estándares de la UGEL Canchis y el reputación.....  | 130 |
| Tabla 78 Relación entre los estándares de la UGEL Canchis y el impacto.....   | 131 |
| Tabla 79 Relación entre los estándares de la UGEL Canchis y la atención .....   | 131 |
| Tabla 80 Relación entre los conflictos de la UGEL Canchis y la situación actual.....  | 132 |
| Tabla 81 Relación entre los conflictos de la UGEL Canchis y el reputación.....  | 132 |
| Tabla 82 Relación entre los conflictos de la UGEL Canchis y el impacto.....   | 133 |
| Tabla 83 Relación entre los conflictos de la UGEL Canchis y la atención .....   | 133 |

Tabla 84 Relación entre la identidad de la UGEL Canchis y la situación actual ..... 134

Tabla 85 Relación entre la identidad de la UGEL Canchis y el reputación ..... 134

Tabla 86 Relación entre la identidad de la UGEL Canchis y el impacto ..... 135

Tabla 87 Relación entre la identidad de la UGEL Canchis y la atención..... 135

Tabla 88 Relación entre la atención al público de la UGEL Canchis y la situación actual ..... 136

Tabla 89 Relación entre la atención al público de la UGEL Canchis y la situación actual  
..... 136

Tabla 90 Relación entre la atención al público de la UGEL Canchis y el impacto..... 137

Tabla 91 Relación entre la atención al público de la UGEL Canchis y la atención ..... 137

Tabla 92 Relación entre del servicio de la UGEL Canchis y el trato personal..... 138

Tabla 93 Relación entre la calidad del servicio de la UGEL Canchis y nivel profesional  
..... 138

Tabla 94 Relación entre la calidad del servicio de la UGEL Canchis y los medios de  
comunicación ..... 139

Tabla 95 Relación entre el trato personal de la UGEL Canchis y nivel profesional .... 139

Tabla 96 Relación entre el trato personal de la UGEL Canchis y los medios de  
comunicación ..... 140

Tabla 97 Relación entre el nivel profesional de la UGEL Canchis y los medios de  
comunicación ..... 140

## INDICE DE GRÁFICOS

|           |   |    |
|-----------|---|----|
| Figura 1  | Unidad en la que labora.....  | 71 |
| Figura 2  | ¿Está conforme con la remuneración salarial que recibe? .....   | 72 |
| Figura 3  | ¿Sus problemas personales afectan su desempeño laboral?.....  | 73 |
| Figura 4  | ¿Ha recibido Usted incentivos y/o reconocimientos (resolución, carta de felicitación, o beca de capacitación), durante los dos últimos años que viene laborando en la Institución?..... | 74 |
| Figura 5  | ¿Se siente motivado(a) o estimulado(a)?.....  | 75 |
| Figura 6  | ¿Tiene Ud. dificultad para conocer las responsabilidades que le competen en su trabajo?.....  | 76 |
| Figura 7  | ¿Le asignan tareas que no corresponden a su puesto?.....  | 77 |
| Figura 8  | ¿Tiene Ud. buena relación laboral con sus compañeros de trabajo?.....   | 78 |
| Figura 9  | ¿En su oficina se fomenta el trabajo en equipo? .....   | 79 |
| Figura 10 | Cuando tiene Ud. consultas, dudas, quejas, etc. ¿tiene la posibilidad de recurrir de forma inmediata al personal adecuado? .....  | 80 |
| Figura 11 | Los problemas más frecuentes entre compañeros son: .....  | 81 |
| Figura 12 | ¿Llega usted a sus metas mensuales? .....   | 82 |
| Figura 13 | Si se le brinda capacitación por parte de la UGEL ¿Considera Usted que ha sido efectiva para desempeño de sus funciones? .....  | 83 |
| Figura 14 | ¿Recibe ayuda de su jefe inmediato? .....   | 84 |
| Figura 15 | ¿Hay imposibilidad o inconvenientes de contar con sus pares cuando hay dificultades o sobrecarga?.....  | 85 |
| Figura 16 | ¿Considera Ud. que la UGEL Canchis es un buen lugar para trabajar?.....   | 86 |
| Figura 17 | ¿Se siente orgulloso de formar parte de la UGEL Canchis? .....  | 87 |
| Figura 18 | La mayor parte de usuarios a los que usted atiende, llegan: .....   | 88 |
| Figura 19 | Cuando los usuarios se retiran, luego de ser atendidos, se ven: .....   | 89 |
| Figura 20 | ¿Cuál cree Ud. Que debe ser la actitud de los usuarios?.....  | 90 |
| Figura 21 | ¿Cuál es la queja más frecuente que han detectado del usuario? .....  | 91 |
| Figura 22 | ¿Qué entiende usted por imagen corporativa? .....   | 92 |
| Figura 23 | ¿Cree Ud. que los usuarios le tienen confianza a la UGEL Canchis?.....  | 93 |
| Figura 24 | ¿Ud. considera que las opiniones del PERIODISMO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN respecto a la Imagen Institucional de la UGEL Canchis son buenas? .....  | 94 |

|   |     |
|---|-----|
| Figura 25 Por manifestaciones de los USUARIOS que Ud. atiende, ¿cree que la opinión de ellos respecto a la imagen institucional de la UGEL Canchis es buena?.....                     | 95  |
| Figura 26 En SU CONCEPTO. ¿La imagen institucional de la UGEL Canchis es buena? .....   | 96  |
| Figura 27 Los elementos de oficina como equipos de cómputo, mesas, sillas, calendarios, agendas y demás ¿están identificados con los colores, logos y nombre de la UGEL Canchis?..... | 97  |
| Figura 28 En los documentos oficiales se conserva el nombre completo y correcto de la UGEL Canchis .....  | 98  |
| Figura 29 ¿Cree Ud. que la atención que reciben los usuarios es la adecuada? .....  | 99  |
| Figura 30 ¿Piensa que la atención recibida por el usuario es fundamental en la formación de la imagen corporativa de la UGEL Canchis?.....  | 100 |
| Figura 31 Unidad a la que concurre.....   | 101 |
| Figura 32 Como califica Ud. el servicio que le brinda la UGEL Canchis: Director ...   | 102 |
| Figura 33 Como califica Ud. el servicio que le brinda la UGEL Canchis: Especialistas .....  | 103 |
| Figura 34 Como califica Ud. el servicio que le brinda la UGEL Canchis: Jefes de área .....  | 104 |
| Figura 35 Como califica Ud. el servicio que le brinda la UGEL Canchis: Administrativos .....  | 105 |
| Figura 36 Del trato personal (humano): Director UGEL.....   | 106 |
| Figura 37 Del trato personal (humano): Especialistas .....  | 107 |
| Figura 38 Del trato personal (humano): Jefes de Área .....  | 108 |
| Figura 39 Del trato personal (humano): Administrativos .....  | 109 |
| Figura 40 Como califica el nivel profesional de: Director .....   | 110 |
| Figura 41 Como califica el nivel profesional de: Especialistas .....  | 111 |
| Figura 42 Como califica el nivel profesional de: Jefes de Área .....  | 112 |
| Figura 43 Como califica el nivel profesional de: Administrativos .....  | 113 |
| Figura 44 ¿Cómo cree Ud. que existirían mejoras en el servicio? .....   | 114 |
| Figura 45 Como cree Ud. que existirían mejoras en el servicio .....   | 115 |
| Figura 46 ¿Por cuál de los siguientes medios se informa de las acciones o actividades de la UGEL? .....   | 116 |
| Figura 47 ¿Cuándo escucha noticias de la UGEL en los medios de comunicación, ¿Cree / confía en lo que dicen los periodistas? .....  | 117 |

**INDICE DE ILUSTRACIONES**

|  |    |
|--|----|
| Ilustración1 Piramide de las Necesidades de Maslow .....               | 45 |
| Ilustración2 Cultura corporativa .....                                 | 55 |
| Ilustración3 Importancia de generar una buena imagen corporativa ..... | 59 |

## **RESUMEN**

La presente investigación denominada Clima Organizacional y percepción de la Imagen Corporativa en la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis, realizada en el año 2017; en la cual se hace un estudio en la organización antes señalada para determinar de qué forma y hasta qué punto la atmosfera laboral o clima organizacional de una organización, vale decir, el conjunto de características del accionar de los componentes institucionales, se refleja expresamente en el entorno y su contexto social, para forjar corrientes de opinión que formulan su imagen o prestigio, creando niveles de aceptación o rechazo, comprensión o incomprensión, apoyo o indiferencia, precisamente para alimentar la vanidad y orgullo del cuerpo laboral y representativo, sino más bien para contribuir a facilitar la gestión institucional y elevar su nivel competitivo, mediante el logro de metas y objetivos que estructuran su cultura corporativa.

Se realizó el estudio con una muestra de ciento ochenta y nueve (189) docentes que laboran para instituciones educativas del ámbito de la UGEL Canchis y de sesenta y dos (62) colaboradores de la misma institución. El modelo de investigación utilizado fue el correlacional. Para la recolección de datos se empleó un instrumento; a través de un cuestionario.

Llegando a la conclusión que la relación que existe entre el clima organizacional y la percepción de la imagen corporativa de la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis en el año 2017 es alta, el clima organizacional es muy importante es una institución ya que ayuda a mejorar la productividad y eficiencia del colaborador en la utilización de recursos y materiales para cumplir con los objetivos y metas institucionales, además de la construcción de una buena imagen corporativa.

**Palabras Claves:** Clima Organizacional, Imagen Corporativa

## ABSTRACT

The present research called Organizational Climate and perception of the Corporate Image in the Local Educational Management Unit of Canchis, carried out in the year 2017; in which a study is carried out in the aforementioned organization to determine in what way and to what extent the work atmosphere or organizational climate of an organization, that is, the set of characteristics of the actions of the institutional components, is expressly reflected in the environment and its social context, to forge currents of opinion that formulate its image or prestige, creating levels of acceptance or rejection, understanding or incomprehension, support or indifference, precisely to feed the vanity and pride of the labor and representative body, but rather to contribute to facilitate institutional management and raise its competitive level, through the achievement of goals and objectives that structure its corporate culture.

The study was conducted with a sample of one hundred and eighty-nine (189) teachers who work for educational institutions within the UGEL Canchis and sixty-two (62) employees of the same institution. The research model used was the correlation. For the data collection an instrument was used; through a questionnaire.

Reaching the conclusion that the relationship between the organizational climate and the perception of the corporate image of the Local Education Management Unit of Canchis in 2017 is high, the organizational climate is very important, it is an institution that helps improve the productivity and efficiency of the collaborator in the use of resources and materials to comply with the institutional objectives and goals, as well as the construction of a good corporate image.

**Keywords:** Organizational Climate, Corporate Image

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1. PROBLEMA OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

##### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El clima organizacional en una institución es la percepción que el colaborador tiene de las estructuras y procesos que ocurren en su medio laboral. Se refiere al ambiente de trabajo propio de la organización. Dicho entorno ejerce influencia directa en la conducta y comportamiento de sus miembros, en la productividad, el ausentismo, la rotación, la satisfacción laboral, el nivel de tensión, entre otros. Es así que, mantener un clima organizacional adecuado en la institución forma parte de las políticas Institucionales.

La imagen corporativa es “el conjunto de ideas, prejuicios, opiniones, juicios (sean estos verdaderos o falsos), sentimientos, percepciones, experiencias (adquiridas personalmente o relatadas por otras personas), con relación a una persona física o moral, institución, empresa, grupo religioso o étnico, partido político, gobierno o nación.” (CORTINA, 2006).

La Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis, (UGEL) es un órgano desconcentrado de la Dirección Regional de Educación del Cusco de la que depende administrativamente, pero al ser unidad ejecutora es independiente en el aspecto económico. Es la instancia de gestión educativa que tiene como objetivo central acompañar y ofrecer asistencia técnica en la gestión administrativa y pedagógica a las instituciones educativas de su jurisdicción, con el objetivo de que puedan brindar un servicio educativo de calidad, orientado a mejorar los aprendizajes de los estudiantes, siguiendo los lineamientos de política y normas nacionales, regionales y locales incorporadas en el Proyecto Educativo Institucional y en los instrumentos de gestión tanto administrativos como pedagógicos.

La UGEL de Canchis atiende a las instituciones educativas de la provincia de Canchis y además a cuatro lugares denominados sectoriales: Layo, Langui, El Descanso y Checca, que geográficamente pertenecen a la provincia de Canas, por lo que tiene como usuarios a un aproximado de 2,000 profesores de Educación Básica Regular en sus modalidades Inicial, Primaria y Secundaria; Educación Básica Alternativa y Educación Básica Especial, cubriendo una población estudiantil de no menos de 20 000 estudiantes.

En el año 2017, en la UGEL de Canchis se percibió que el clima laboral se dañó, existiendo relaciones interpersonales hendidas, lo que mermó el óptimo desempeño laboral. Una de las muestras de ello fueron las quejas presentadas a diario en las emisoras locales, las cuales difundieron y criticaron la ineficacia de los trabajadores y autoridades educativas en acelerar procesos administrativos de importancia para los usuarios, situación que repercutió en la imagen corporativa de esa institución.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cuál es la relación que existe entre el clima organizacional y la percepción de la imagen corporativa de la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis en el año 2017?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- a. ¿Cuál es el clima organizacional en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa local de Canchis, durante el año 2017?
- b. ¿Cuál es la percepción de la imagen corporativa en los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa local de Canchis, durante el año 2017?
- c. ¿Cómo influye el clima organizacional en la imagen corporativa que tienen los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa local de Canchis, durante el año 2017?

## **1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.3.1. Objetivo general**

Evaluar la relación que existe entre el clima organizacional y la percepción de la imagen corporativa de la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis en el año 2017.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- a. Detallar el clima organizacional en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa local de Canchis, durante el año 2017.
- b. Identificar la percepción de la imagen corporativa en los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa local de Canchis, durante el año 2017.
- c. Describir la relación entre el clima organizacional y la imagen corporativa en los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa local de Canchis, durante el año 2017.

## **1.4. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Delimitación espacial**

La investigación se circunscribe en la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis, ubicada en la ciudad de Sicuani capital de la provincia de Canchis, situada a 118 km vía terrestre, al sureste de la capital regional del Cusco.

### **1.4.2. Delimitación social**

La presente investigación se delimitó socialmente al sector educación y el objeto de estudio fueron los colaboradores y usuarios (considerando a los docentes de secundaria de la ciudad de Sicuani) de la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis.

### **1.4.3. Delimitación temporal**

La investigación se realizó en un período de tiempo de 12 meses, desde el mes de enero hasta el mes de diciembre del año 2017.

### **1.4.4. Delimitación conceptual**

El marco conceptual se circunscribió en el ámbito del sector laboral y los estándares de la calidad del clima organizacional que permitieron la direccionalidad eficaz de la imagen corporativa.

## **1.5. IMPORTANCIAS DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación alcanza a los colaboradores y usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis para cuyo efecto se realizó el estudio exhaustivo del clima organizacional en función al desempeño laboral y su incidencia en los usuarios de la institución y por ende a la imagen corporativa que proyecta.

## **1.6. JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación es importante, debido a que determinó la relación que existe entre el clima organizacional y la imagen corporativa de la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis en el año 2017. Luego de la investigación se puede afirmar que existe una baja percepción de imagen corporativa de esta entidad pública por parte de los usuarios, debido a diferentes causas o factores como el clima organizacional y los pocos e inadecuados canales de comunicación, entre otros.

Para poder diagnosticar los factores que inciden en la percepción de una buena imagen corporativa en la Unidad de Gestión Educativa Local Canchis, se utilizaron instrumentos de recolección de datos como las encuestas en las que se diagnostica el capital humano, como un concepto que remite a la productividad de los colaboradores en función de su formación y experiencia de trabajo.

Asimismo, el estudio se realizó con el fin de determinar la relación que existe entre el clima organizacional inadecuado, en razón a que un clima organizacional permite elevar los niveles de productividad del colaborador, es decir, mejorar el desempeño laboral, en el desarrollo de una sociedad que conlleva a mayores estándares en la calidad de vida, dentro de un determinado espacio o lugar.

El buen desempeño laboral, permite la realización de las actividades asignadas y contribuir en el logro de los objetivos de la organización. Al identificar los factores que inciden en la baja percepción del clima organizacional en la gestión de la Unidad de Gestión Educativa Local Canchis, se alcanzaron sugerencias que permitirán a la entidad, optimizar el desempeño laboral a todos los colaboradores.

Por lo que la presente investigación tiene:

- a. **Conveniencia.** La presente investigación es conveniente, puesto que, busca identificar el grado de relación que existe en el clima organizacional de los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis en el año 2017 a partir de ello, alcanzar sugerencias para los correctivos necesarios y su puesta en funcionamiento de manera óptima, de esta manera se contribuirá en elevar la imagen corporativa de la UGEL Canchis.
- b. **Relevancia social.** La investigación es relevante, debido a que pretende demostrar cómo influye el clima organizacional en la percepción de los colaboradores, alcanzar sugerencias para mejorar la imagen corporativa de la UGEL Canchis.
- c. **Implicaciones prácticas.** En el proceso de la investigación se demostraron los factores que inciden en la imagen corporativa, poniendo de manifiesto la influencia del clima organizacional.

- d. **Implicancia profesional:** Porque el problema se enfoca específicamente en el campo de las relaciones humanas, relaciones públicas e imagen corporativa que en conjunto comprenden a las ciencias de la comunicación.

## 1.7. HIPÓTESIS

### 1.7.1. Hipótesis general

Existe una relación directa y perjudicial entre el clima organizacional y la percepción de la imagen corporativa de la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis en el año 2017.

### 1.7.2. Hipótesis específicas

- a. El clima organizacional en los colaboradores de la unidad de Gestión Educativa Local de Canchis, durante el año 2017, se percibe como deficiente.
- b. La percepción de la imagen corporativa en los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa local de Canchis, durante el año 2017 es negativa.
- c. Existe una alta relación entre el clima organizacional y la percepción de la imagen corporativa en los usuarios de la unidad de Gestión Educativa local de Canchis, durante el año 2017.

## 1.8. VARIABLES

### 1.8.1. Identificación de Variables

a. **Variable Dependiente:**

X = Imagen corporativa

b. **Variable Independiente:**

Y = Clima organizacional

### 1.8.2. Operacionalización de variables

*Tabla 1*

Operacionalización de variables

| Variables            | Definición Conceptual                                  | Dimensiones | Indicadores   |
|----------------------|--|-------------|---|
| Clima organizacional | El clima organizacional es la cualidad o propiedad del | Estructura  | - Trabajadores que consideran que tienen condiciones laborales, |

---

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p>ambiente<br/>percibido o<br/>experimentado<br/>por los<br/>miembros de la<br/>organización<br/>en su<br/>comportamiento.</p> | <p>Recompensa<br/><br/>Responsabilidad<br/><br/>Atención al<br/>público<br/><br/>Cooperación<br/><br/>Relaciones<br/><br/>Desafío<br/><br/>Estándares</p> | <p>remuneración<br/>salarial y seguridad<br/>laboral.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajadores que reciben incentivos laborales.</li> <li>- Trabajadores que conocen y cumplen sus funciones.</li> <li>- Trabajadores que atienden adecuadamente al público.</li> <li>- Empleados que trabajan en equipo. (identificación de relaciones interpersonales)</li> <li>- Trabajadores que tienen fluidez y rapidez en la comunicación.</li> <li>- Control de los trabajadores sobre el proceso de producción.</li> <li>- Percepción de los trabajadores sobre los parámetros establecidos por la empresa en torno a los niveles de rendimiento</li> </ul> |
|---|---|---|

---

---

|                    |   |                  |  |
|--------------------|---|------------------|--|
|                    |   |                  | - Superiores y colaboradores y su reacción ante situaciones de crisis.   |
|                    |   | Conflictos       |  |
|                    |   |                  | - Colaboradores que se sienten orgullosos de ser parte de la institución.                                      |
|                    |   | Identidad        |  |
|                    |   |                  | - Nivel de confianza en los usuarios hacia la organización.  |
|                    |   | Situación actual |  |
|                    |   |                  | - Porcentaje de la percepción del nivel compromiso con la institución, respeto por las normas institucionales. |
|                    |   |                  | - Porcentaje de apreciación del usuario hacia la institución.  |
|                    |   |                  | - Porcentaje de usuarios satisfechos con la atención recibida.   |
|                    |   | Atención         |  |
| Imagen corporativa | Es el conjunto de elementos que identifican y distinguen a una empresa, institución u organización. | Reputación       |  |
|                    |   | Impacto          |  |

---

Fuente: Elaboración propia.

## CAPITULO II MARCO TEÓRICO

### 2.1 ANTECEDENTES

#### 2.1.1. Antecedentes internacionales

**Viera Orozco, (2016) Estrategias de comunicación interna del GADM-C Guano y su incidencia en el desarrollo institucional, período julio a diciembre de 2013**

Objetivos de la investigación:

Objetivo general

Identificar la incidencia de las estrategias de comunicación interna del GADM-C Guano en el desarrollo institucional, período julio a diciembre de 2013.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la comunicación interna del GADM-CG
- Analizar las estrategias de la comunicación interna del GADM-CG
- Proponer Estrategias de comunicación interna para el fortalecimiento del GADM-CG

Las conclusiones del trabajo de investigación fueron las siguientes:

1. La falta de comunicación entre jefes de direcciones, autoridades, empleados y trabajadores, se evidencia en los resultados de trabajos realizados dentro de la institución no son los adecuados y óptimos.
2. La unidad de comunicación social se ve afectada por no contar con estrategias de comunicación internas efectivas para que autoridades, empleados y trabajadores estén informados de toda clase de actividades o reuniones que se planifiquen dentro del GAD.
3. Se aprecia que la unidad de comunicación social no cuenta con el personal capacitado para ejercer las funciones de Comunicador Social, siendo esto un problema para que la comunicación tanto interna como externa se lo realice de manera empírica.

**Castilla Ramos, Padilla Vilorio, (2011): Clima organizacional con relación a la motivación y la calidad de vida laboral en los empleados de la E.S.E. Hospital Local Arjona”.**

Objetivo general:

Analizar las condiciones de la calidad de vida laboral y motivacional en la E.S.E. Hospital Local Arjona con relación al clima organizacional de sus miembros, para lograr un buen desempeño individual y colectivo alcanzando los objetivos personales y organizacionales.

Objetivos específicos:

- Determinar el grado de percepción que tienen los empleados del clima organizacional en la E.S.E. Hospital Local Arjona.
- Determinar las características que influyen en el clima organizacional en los empleados de la E.S.E. Hospital Local Arjona.
- Determinar el grado de motivación y calidad de vida laboral en los empleados de la E.S.E. Hospital local Arjona
- Analizar la relación que existe con la motivación y el clima organizacional de los empleados de la E.S.E Hospital local de Arjona.
- Analizar la relación que existe con la calidad de vida laboral y el clima organizacional en los empleados de la E.S.E. Hospital Local Arjona.

Las conclusiones del trabajo fueron las siguientes:

1. Siendo el clima organizacional un tema importante para los miembros de las empresas, se puede concluir que los trabajadores del Hospital Local Arjona están propensos a un ambiente organizacional favorable que les facilita desarrollarse tanto personal, profesional e intelectual para lograr un óptimo rendimiento en sus actividades laborales y sentirse satisfechos y seguro con el trabajo que desempeñan. A la vez demuestran estar estimulados y comprometidos con la empresa para alcanzar los objetivos corporativos; les agrada compartir su tiempo laboral con los compañeros de trabajo fomentando relaciones de respeto y colaboración, permitiéndoles tener mayor confianza para asumir las responsabilidades y dificultades que se presentan al interior del área de trabajo. No obstante, se puede resaltar que el proceso de comunicación es de escucha respetuosa, tolerancia y retroalimentación.

2. El grado de motivación que tienen los trabajadores en la empresa es satisfactorio debido a las relaciones laborales que surgen entre compañeros basadas en la colaboración y el compañerismo, la relación con los dirigentes es buena puesto que existen canales de comunicación que contribuyen a fomentar el respeto mutuo y comprensión entre ellos (reuniones, circulares y manuales, tablón de anuncios.); la labor que desempeñan les ha permitido adquirir nuevos conocimientos y mejorar sus relaciones interpersonales por medio de las capacitaciones que la empresa les ha brindado al igual que los aportes que han obtenido en el aspecto personal, profesional y familiar. Enfrentando las diversas situaciones en la empresa.

3. En los trabajadores la motivación se refleja en el ánimo y energía que ellos conciben, recibiendo oportunamente la información necesaria y el suministro de 102 los elementos

para la realizar su trabajo. Dentro de los incentivos (beneficios económicos, reconocimientos sociales y el salario que brinda la empresa a sus trabajadores), han sido los adecuados permitiéndole estar estables y conformes con su labor dentro de la empresa.

4. Cabe resaltar que algunos trabajadores se sienten insatisfechos por parte de la empresa por no recibir ningún tipo de incentivos (comisión, felicitación, otros) en el momento de realizar su trabajo. Generando inconformidad y desmotivación.

5. Las capacitaciones que reciben aportan a su crecimiento personal y profesional a través de la actualización permanente en temas de interés que les ha permitido trabajar con calidad, cumplir con las metas productivas establecidas y a la vez, fortalecer aspectos como el liderazgo manifestado en la disposición para asumir las dificultades al interior del área de trabajo por medio de la comunicación con su grupo de trabajadores, identificando en ellos habilidades, fortalezas y dificultades en el desempeño de la labor.

6. Los trabajadores del Hospital Local Arjona, proyectan una calidad de vida laboral favorable, manifestando satisfacción laboral por la contribución en los procesos de la empresa, por sentirse a gusto con el ambiente en donde se desenvuelven, propiciando su interés en mejorar cada día en su labor, para permitir optimizar sus tareas y obtener mayor productividad, esto con el propósito de cumplir con los objetivos y metas de la organización. (CASTILLA RAMOS & PADILLA VILORIA, 2011)

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

**Quispe de la Torre, (2014): “Clima laboral y percepción de la imagen institucional en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Juan Velasco Alvarado” Año 2013”.**

Objetivo general

Analizar de qué manera el clima laboral guarda relación con la percepción de la imagen institucional del IESTP “Juan Velasco Alvarado” del distrito de Villa María del Triunfo en el año de 2013.

Objetivos específicos

- Conocer de qué manera el clima laboral guarda relación con la percepción de la imagen institucional de la gestión en el IESTP “Juan Velasco Alvarado” del distrito de Villa María del Triunfo en el año 2013.

- Detallar de qué forma el clima laboral guarda relación con la percepción de la imagen institucional del nivel académico en el IESTP “Juan Velasco Alvarado” del distrito de Villa María del Triunfo en el año 2013.
- Describir de qué modo el clima laboral se relaciona con la percepción de la imagen institucional en el IESTP “Juan Velasco Alvarado” del distrito de Villa María del Triunfo.

**Conclusiones:**

1. Existe una relación significativa entre las variables Clima laboral y Percepción de la imagen institucional del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Juan Velasco Alvarado”.

2. Existe una relación significativa entre el clima laboral y la percepción de la gestión del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Juan Velasco Alvarado”.

3. Existe una relación significativa entre el clima laboral y la percepción del nivel académico del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Juan Velasco Alvarado”.

4. Existe una relación significativa entre clima laboral y la percepción de los servicios que brinda el Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Juan Velasco Alvarado”.

**Valencia Delgado, “ (2015)”. Percepción del clima laboral que tienen los clientes del hotel “Colca Lodge – Spa & Hot Springs”, periodo 2014**

**Objetivo general:**

Determinar cuál es la percepción de que tienen los trabajadores del “Colca Lodge – Spa & Hot Springs”, respecto al clima organizacional.

**Objetivos específicos:**

- Determinar el nivel en el que se encuentran los trabajadores del “Colca Lodge – Spa & Hot Springs”
- Determinar el nivel en el que se encuentra el nivel de liderazgo en los trabajadores del “Colca Lodge – Spa & Hot Springs”.
- Determinar el nivel en el que se encuentran las relaciones interpersonales entre los trabajadores del “Colca Lodge – Spa & Hot Springs”.
- Determinar el nivel en el que se encuentra la comunicación efectiva de los trabajadores del “Colca Lodge – Spa & Hot Springs”.

- Determinar en nivel en la que se encuentra la realización personal de los trabajadores del “Colca Lodge – Spa & Hot Springs”.
- Determinar el nivel en la que se encuentran las condiciones laborales de los trabajadores del “Colca Lodge – Spa & Hot Springs”.

Conclusiones:

1. La percepción de los trabajadores del Colca Lodge con respecto al clima organizacional representa ser en forma general favorable presentándose como una buena opción para laborar.

2. El nivel de “compromiso” que se tiene en el “Colca Lodge” se encuentra en un nivel favorable, los trabajadores sienten gran identificación con la empresa, situación que representa una gran fortaleza para la misma.

### **2.1.3. Antecedentes locales**

**Porras Salazar; Prieto Quispe, (2014): Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en el área de operaciones del Banco de Crédito del Perú oficina principal Cusco.**

Objetivo general:

Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el Área de Operaciones del Banco de Crédito del Perú (BCP) Oficina Principal Cusco en el 2013 y proponer políticas que contribuya a mejorar de la calidad de servicio.

Objetivos específicos:

- Identificar el nivel de calidad del servicio al cliente en el Área de Operaciones del Banco de Crédito del Perú (BCP) Oficina Principal Cusco en el 2013.
- Identificar el nivel de la satisfacción del cliente con respecto a la calidad del servicio de los clientes en el Área de Operaciones del Banco de Crédito del Perú (BCP) Oficina Principal Cusco.
- Desarrollar políticas de mejoramiento de la calidad de servicio al cliente en el Área de Operaciones del Banco de Crédito del Perú (BCP) Oficina Principal Cusco.

Conclusiones:

1. El estudio determinó que existe una relación positiva y directa entre las variables de calidad de servicio y la satisfacción del cliente en un grado de 0.718 (coeficiente de correlación de Pearson). El alto valor conseguido indica que en gran medida los clientes que

perciben buena calidad de servicio quedarán satisfechos con la entidad. Las dimensiones más relevantes de la calidad de servicio dados en el BCP Oficina Principal Cusco fueron: seguridad (que se traduce en credibilidad del banco), capacidad de respuesta (a través de la cordialidad brindada por el personal del banco) y empatía (el mejor valorado es gama de servicios que ofrece el banco). La dimensión más relevante de la satisfacción del cliente dado en el BCP Oficina Principal Cusco resultó ser Percepciones (con el indicador Confiabilidad).

2. En la investigación se demostró que el nivel de calidad de servicio de los clientes en el Área de Operaciones del Banco de Crédito del Perú Oficina Principal Cusco, es buena. Estas se perciben en:

- La localización del banco y la apariencia de su personal.
- La reputación del banco se percibió entre buena y excelente, es por ello que se da la aceptación de los clientes.
- El trato respetuoso y cortés del personal, con el cliente es aceptable.
- El banco posee buena credibilidad con lo que gana confianza de los clientes.
- El banco ofrece una amplia gama de servicios.

3. Los clientes consideran que obtienen niveles altos de satisfacción. Se concluyó que el nivel de satisfacción es aceptable; lo que se refleja en:

- La confianza que el banco inspira a los clientes.
  - La preferencia por el BCP Oficina Principal Cusco, frente a otros bancos y oficinas del mismo banco.
3. Con una propuesta se logra el mejoramiento de la calidad de servicio, la propuesta se acomoda a las pautas establecidas por el banco para lograr una experiencia de satisfacción en el cliente. Se identifican los principales problemas percibidos por el cliente, a través de las herramientas de mejora continua de la calidad. La propuesta permite incrementar la calidad de servicio, logrando a su vez la satisfacción del cliente.

**Castelo Escobedo y Pino Lechuga, (2003): El comportamiento organizacional del Hospital Nacional sur este EsSalud del Cusco y su incidencia en la imagen institucional.**

Objetivo general

Establecer como incide el Comportamiento Institucional del Hospital Nacional Sur Este de EsSalud Cusco en la configuración de su imagen institucional.

Objetivos Específicos

- Precisar las políticas y acciones de la entidad en el área del comportamiento organizacional.
- Evaluar la imagen institucional del Hospital Nacional Sur Este de EsSalud Cusco, en el imaginario colectivo de la comunidad.
- Contrastar la relación entre el comportamiento organizacional e imagen institucional, su incidencia y nivel de afectación.
- Sugerir políticas y acciones de comportamiento organizacional, convenientes para la configuración de una imagen institucional positiva para el Hospital Nacional Sur Este de EsSalud Cusco.

#### Conclusiones:

1. Que se comienza considerando que en el presente estudio se ha identificado que el recurso humano es un factor crítico de la reforma sectorial en Salud con un clima organizacional malo y con una tendencia de la organización a practicar el sistema explotador - autoritario como lo denota el presente trabajo de investigación. Dentro del análisis de los factores condicionantes del actual clima organizacional se ha concluido que los factores identificados en modo prioritario se tienen en el nivel de recompensa.

2. La relación interpersonal, manejo de conflictos, cooperación y responsabilidad no existiendo un trabajo en equipo apego a las normas y protocolos siendo los trabajadores actores pasivos, generando el comportamiento de un trabajador con dificultades de satisfacción, también se ha logrado identificar como factor condicionante e influyente los factores socio- demográficos como la edad, tiempo de servicios, composición familiar del personal cabe resaltar la iniciativa de superación personal de algunos trabajadores y el ímpetu de cambio para mejorar el actual mal estado de clima organizacional.

## 2.2. BASES TEÓRICAS

### 2.2.1. Clima organizacional

CHIAVENATO (2009) señala que el clima organizacional refleja la manera en que las personas interactúan unas con otras, con los clientes y con los proveedores internos y externos, así como el grado de satisfacción con el contexto que las rodea.

Por su parte PRIETO (2013) indica que uno de los valores fundamentales en una empresa es el respeto por los trabajadores que va de la mano con la lealtad para la empresa. Esto quiere decir que mientras los empleadores entreguen un lugar de trabajo individual,

posibilidad de capacitación y un ambiente cálido, las personas demostraran más fidelidad con la empresa.

Propiciar un buen clima laboral es determinante en la retención del talento, porque los empleados buscan sentirse cómodos y mantener buenas relaciones sociales y profesionales.

El clima organizacional, llamado también clima laboral, ambiente laboral o ambiente organizacional, es un asunto de importancia para aquellas organizaciones competitivas que buscan lograr una mayor productividad y mejora en el servicio ofrecido, por medio de estrategias internas. El realizar un estudio de clima organizacional permite detectar aspectos clave que puedan estar impactando de manera importante el ambiente laboral de la organización. Es decir, un clima organizacional es lo que permite diferenciar a las organizaciones entre sí.

CHIANG, MARTÍN , & NUÑEZ, (2010), manifiestan que la consideración de las organizaciones como entorno psicológicamente significativo ha llevado a la formulación del concepto de clima organizacional. La importancia de este concepto radica en las personas, tanto en su conducta como en sus sentimientos. Cuando los individuos aluden a su medio laboral, frecuentemente utilizan la palabra clima; su uso asiduo en el lenguaje diario permite entrever que el concepto es considerado importante para ellos en su interacción laboral.

Sin embargo, hay pocos constructos en psicología organizacional tan confusos y mal entendidos como el de clima. La fuente principal de confusión se sitúa en la dificultad de llegar a formular una definición adecuada que refleje su complejidad.

No obstante, existe un cierto acuerdo entre los investigadores en convenir que los elementos básicos del constructo clima organizacional son atributos o conjuntos de atributos del ambiente de trabajo. Sin embargo, ese acuerdo desaparece cuando se intenta abordar la naturaleza de esos atributos; el modo en que se combinan y el proceso mediante el cual el sujeto llega a configurar su percepción del clima laboral.

La empresa busca constantemente la mejora en sus procesos productivos, en donde el clima organizacional tiene un papel de suma importancia.

El clima en las organizaciones comprende las relaciones que se llevan a cabo entre los distintos actores de la empresa constituyendo el ambiente en donde los empleados desarrollan sus actividades.

El clima organizacional puede ser un vínculo positivo dentro de la organización o un obstáculo en su desempeño.

Relacionado con el clima organizacional, los factores internos y externos de la organización afectan el desempeño de los integrantes de la empresa. Esto es así porque las características del medio de trabajo que son percibidas por los trabajadores de forma directa o indirecta influyendo en cierto modo en su comportamiento y rendimiento en el trabajo.

Cuando una persona asiste a un trabajo lleva consigo diariamente una serie de ideas preconcebidas sobre sí mismo, quién es, qué se merece y qué es capaz de realizar, hacia a dónde debe marchar la empresa, etc.

Estos preceptos reaccionan frente a diversos factores relacionados con el trabajo cotidiano: el estilo de liderazgo del jefe, la relación con el resto del personal, la rigidez/flexibilidad de la organización, las opiniones de otros, su grupo de trabajo. Las coincidencias o discrepancias que tenga la realidad diaria, con respecto a las ideas preconcebidas o adquiridas por las personas durante el tiempo laborado, van a conformar el clima de la organización, el clima organizacional.

Aunque no es posible encontrar una definición comúnmente aceptada, sí parece existir un alto nivel de consenso en admitir que los elementos básicos del clima organizacional son el conjunto de atributos que hacen referencia al ambiente de trabajo.

El desacuerdo surge cuando se trata de especificar la naturaleza de estos atributos; para unos el clima organizacional es el resultado de la percepción individual sobre las características y cualidades organizativas, destacando la dimensión perceptiva individual. Para otros sería el conjunto de características que definirían objetivamente una organización.

En todo caso, ambas corrientes no deberían ser consideradas antagónicas sino más bien complementarias a partir de la consideración del clima organizacional como cualidad-estado de una organización, que circunscribe el ambiente de trabajo, en lo que se refiere a su situación laboral.

El clima organizacional puede ser vínculo u obstáculo para el buen desempeño de la empresa, puede ser un factor de distinción e influencia en el comportamiento de quienes la integran. En suma, es la expresión personal de la "opinión" que los trabajadores y directivos

se forman de la organización a la que pertenecen. Ello incluye el sentimiento que el empleado se forma de su cercanía o distanciamiento con respecto a su jefe, a sus colaboradores y compañeros de trabajo. Que puede estar expresada en términos de autonomía, estructura, recompensas, consideración, cordialidad y apoyo, y apertura, entre otras.

Mantener un clima organizacional favorable dentro de la empresa es algo importante para la administración de recursos humanos y es un tema que viene ganando cada vez más la atención de los empresarios. Diagnosticarlo adecuadamente permite evitar problemas a corto y largo plazo. Un clima positivo propicia una mayor motivación y, por ende, una mejor productividad por parte de los trabajadores. Otra ventaja importante de un clima organizacional adecuado es el aumento del compromiso y de la lealtad. Furham y Goodstein parten del concepto de clima entendido como estado psicológico fuertemente afectado por condiciones organizacionales tales como sistemas, estructuras y conducta gerencial. Es una percepción de cómo son las cosas en el ambiente organizacional.

El clima organizacional es maleable puesto que cambios en los sistemas, las estructuras y en las conductas cambian el clima. También se considera que el clima impacta en el rendimiento individual y organizacional. La diferencia entre cultura y clima se fundamenta en que el clima es un constructo personal fundamentado en los valores y creencias personales de lo que el sujeto entiende que es el rendimiento y la cultura es un constructo social compartido por los miembros y fundamentado en valores y creencias y por lo tanto la representación de la realidad socialmente construida.

Desde que este tema despertara interés de los estudiosos, se le ha llamado de diferentes maneras: ambiente, atmósfera, clima organizacional, etc. sin embargo, sólo en las últimas décadas se han hecho esfuerzos por explicar su naturaleza e intentar medirlo. De todos los enfoques sobre el concepto de clima organizacional, el que ha demostrado mayor utilidad es el que utiliza como elemento fundamental las percepciones que el trabajador tiene de las estructuras y procesos que ocurren en un medio laboral. A fin de comprender mejor el concepto de clima organizacional es necesario resaltar los siguientes elementos: · el clima se refiere a las características del medio ambiente de trabajo. · Estas características son percibidas directa o indirectamente por los trabajadores que se desempeñan en ese medio ambiente.

- El Clima tiene repercusiones en el comportamiento laboral.
- El Clima es una variable interviniente que media entre los factores del sistema organizacional y el comportamiento individual.
- Estas características de la organización son relativamente permanentes en el tiempo, se diferencian de una organización a otra y de una sección a otra dentro de una misma empresa.

El clima, junto con las estructuras y características organizacionales y los individuos que la componen, forman un sistema interdependiente altamente dinámico. (MPFN)

#### ***2.2.1.1. Tipos de clima organizacional***

- Clima de tipo autoritario: Sistema I Autoritarismo explotador

En este tipo de clima los jefes no tienen confianza en sus colaboradores, por lo cual los trabajadores tienen que laborar dentro de una atmósfera de miedo, de castigos, de amenazas, ocasionalmente de recompensas, y la satisfacción de las necesidades permanece en los niveles psicológicos y de seguridad.

Se puede apreciar un ambiente estable y no existe una comunicación con los trabajadores más que en forma de directrices y de instrucciones específicas.

- Clima de tipo autoritario: Sistema II – Autoritarismo paternalista

Este tipo de clima, el jefe tiene una confianza condescendiente en sus trabajadores, como la de un amo con su siervo. La gran parte de las decisiones se toman en los puestos más altos, pero algunas se toman en los puestos inferiores. El método para motivar a los trabajadores son las recompensas y algunas veces los castigos.

Los jefes juegan mucho con las necesidades sociales de sus trabajadores que tienen, sin embargo, la impresión de trabajar dentro de un ambiente estable y estructurado.

- Clima de tipo participativo: Sistema III – Consultivo

El jefe tiene clima participativo tiene confianza en sus trabajadores. La política y las decisiones se toman en los puestos superiores, pero si se permite a los puestos inferiores tomar decisiones.

La comunicación es de tipo descendente. El método para motivar a los trabajadores son las recompensas y algunas veces los castigos; se trata también de satisfacer sus necesidades de reputación y de estima.

Este tipo de clima tiene un ambiente bastante dinámico, en el que la administración se da bajo la forma de objetivos por alcanzar. (FIALLO, ALVARADO, & SOTO, 2015)

- Clima de tipo participativo: Sistema IV –Participación en grupo

Los jefes tienen plena confianza en sus trabajadores. Las Tomas de decisiones están repartidas en cada uno de los niveles de la empresa. La comunicación es de forma lateral.

La motivación se basa en la participación y por el establecimiento de objetivos de rendimiento, además por los métodos de trabajo y por la evaluación del rendimiento en función de los objetivos.

Existe una relación de amistad y confianza entre los superiores y subordinados lo que permite alcanzar los fines y los objetivos de la organización, bajo la forma de planeación estratégica. (FIALLO, ALVARADO, & SOTO, 2015)

A continuación, mencionamos las características del clima organizacional:

- Características del entorno en donde se desempeña la organización, las cuales pueden ser internas o externas.
- Interpretación de estas circunstancias por parte de los miembros de la organización.
- Las estructuras y los integrantes de las organizaciones forman un sistema organizacional dinámico. Estamos ante un concepto que está cambiando constantemente.

Un buen clima organizacional tendrá consecuencias positivas en la empresa, las cuales van a estar definidas en cómo las personas perciben el ambiente interno y externo de la organización (SOTO, 2011).

### **2.2.2. Factores del clima organizacional**

Son distintos los factores que influyen en el clima organizacional, entre los principales encontramos a:

- Las relaciones interpersonales: Son asociaciones de largo plazo entre dos o más personas. Estas asociaciones pueden basarse en emociones y sentimientos, como el amor y el gusto artístico, el interés por los negocios y por las actividades sociales, las interacciones y formas colaborativas en el hogar, etc.
- La motivación personal: Puede decirse que la motivación es el motor de nuestro obrar, es una fuerza capaz de impulsar nuestra conducta, y también de sostenerla mientras dure esta conducta.
- Ambiente laboral: El ambiente laboral de la empresa es un factor que tiene una gran incidencia en el desempeño, en la productividad del trabajador. Un ambiente laboral inapropiado, como se ha podido ver, puede desde llevar a un empleado desde un bajo rendimiento hasta suicidarse, lo cual resulta económicamente costoso para la empresa.
- Comunicación organizacional: La comunicación organizacional también puede ser entendida como el proceso de producción, circulación y consumo de significados entre una organización y sus públicos.

*Tabla2*  
*Escalas de clima organizacional*

| ESCALAS DE CLIMA ORGANIZACIONAL |  |
|---------------------------------|--|
| Nombre en la Escala             | Descripción  |
| 1. Desvinculación               | Describe un grupo que actúa mecánicamente; un grupo que "no está vinculado" con la tarea que realiza.  |
| 2. Obstaculización              | Se refiere al sentimiento que tienen los miembros de que están agobiados con deberes de rutina y otros requisitos que se consideran inútiles. No se está facilitando su trabajo.     |
| 3. Esprit                       | Es una dimensión de espíritu de trabajo. Los miembros sienten que sus necesidades sociales se están atendiendo y al mismo tiempo están gozando del sentimiento de la tarea cumplida. |
| 4. Intimidad                    | Los trabajadores gozan de relaciones sociales amistosas. Esta es una dimensión de satisfacción de necesidades sociales, no necesariamente asociada a la realización de la tarea.     |

---

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| 5. Alejamiento              | Se refiere a un comportamiento administrativo caracterizado como formal e impersonal. Describe una distancia "emocional" entre el jefe y sus colaboradores.  |
| 6. Énfasis en la producción | Se refiere al comportamiento administrativo caracterizado por supervisión estrecha. La administración es altamente directiva, insensible a la retroalimentación.   |
| 7. Empuje                   | Se refiere al comportamiento administrativo caracterizado por esfuerzos para "hacer mover a la organización", y para motivar con el ejemplo. El comportamiento se orienta a la tarea y les merece a los miembros una opinión favorable.      |
| 8. Consideración            | Este comportamiento se caracteriza por la inclinación a tratar a los miembros como seres humanos y hacer algo para ellos en términos humanos.  |
| 9. Estructura               | Las opiniones de los trabajadores acerca de las limitaciones que hay en el grupo, se refieren a cuántas reglas, reglamentos y procedimientos hay; ¿se insiste en el papeleo " y el conducto regular, o hay una atmósfera abierta e informal? |
| 10. Responsabilidad         | El sentimiento de ser cada uno su propio jefe; no tener que estar consultando todas sus decisiones; cuando se tiene un trabajo que hacer, saber que es su trabajo.   |
| 11. Recompensa              | El sentimiento de que a uno se le recompensa por hacer bien su trabajo; énfasis en el reconocimiento positivo más bien que en sanciones. Se percibe equidad en las políticas de paga y promoción.  |
| 12. Riesgo                  | El sentido de riesgo e incitación en el oficio y en la organización; ¿Se insiste en correr riesgos calculados o es preferible no arriesgarse en nada?  |
| 13. Cordialidad             | El sentimiento general de camaradería que prevalece en la atmósfera del grupo de trabajo; el énfasis en lo que quiere cada uno; la permanencia de grupos sociales amistosos e informales.  |

---

---

|   |  |
|---|--|
| 14. Apoyo                                     | La ayuda percibida de los gerentes y otros empleados del grupo; énfasis en el apoyo mutuo, desde arriba y desde abajo.   |
| 15. Normas                                    | La importancia percibida de metas implícitas y explícitas, y normas de desempeño; el énfasis en hacer un buen trabajo; el estímulo que representan las metas personales y de grupo |
| 16. Conflicto                                 | El sentimiento de que los jefes y los colaboradores quieren oír diferentes opiniones; el énfasis en que los problemas salgan a la luz y no permanezcan escondidos o se disimulen.  |
| 17. Identidad                                 | El sentimiento de que uno pertenece a la compañía y es un miembro valioso de un equipo de trabajo; la importancia que se atribuye a ese espíritu.                                  |
| 18. Conflicto e inconsecuencia                | El grado en que las políticas, procedimientos, normas de ejecución, e instrucciones son contradictorias o no se aplican uniformemente.   |
| 19. Formalización                             | El grado en que se formalizan explícitamente las políticas de prácticas normales y las responsabilidades de cada posición.   |
| 20. Adecuación de la Planeación               | El grado en que los planes se ven como adecuados para lograr los objetivos del trabajo.  |
| 21. Selección basada en capacidad y desempeño | El grado en que los criterios de selección se basan en la capacidad y el desempeño, más bien que en política, personalidad, o grados académicos                                    |
| 22. Tolerancia a los errores                  | El grado en que los errores se tratan en una forma de apoyo y de aprendizaje, y no amenazante, punitiva o inclinada a culpar.  |

---

Fuente: Separata MPFN

### **2.2.3. Dimensiones del clima organizacional**

Para estudiar el clima organizacional de una empresa es necesario prestar atención a ciertos factores que influyen en el comportamiento de los individuos y que pueden ser medidos. Dichas causas pueden originarse en base a distintas variables dentro de la organización, como el ambiente físico, social, las distintas formas de comportamiento, etc.

La gama de variables puede ser tan amplia que los especialistas no han llegado a un consenso sobre cómo definir la cantidad y naturaleza de estos factores, que han sido bautizados en la literatura empresarial como dimensiones.

Según Soto dentro una organización se puede encontrar diversas escalas del clima organizacional, las cuales la tipifica en seis que son las siguientes:

1. La estructura

Representa la percepción que tienen los miembros de la organización sobre la cantidad de reglas, los procedimientos, los trámites, las normas, los obstáculos, entre otras limitaciones.

2. La responsabilidad

Es la percepción que tienen los miembros de la organización sobre la autonomía en la toma de decisiones.

3. La recompensa

Es la percepción que tienen los miembros de la organización sobre la recompensa recibida por la tarea realizada.

4. El desafío

Se refiere a los riesgos que deben afrontar en el desarrollo de los objetivos organizacionales.

5. Las relaciones

Son las percepciones de los miembros de la empresa sobre el ambiente de trabajo, es decir las buenas relaciones entre pares y subordinados.

6. La cooperación

Es lo que sienten los miembros de la organización sobre la ayuda que reciben de los directivos y los demás integrantes de la empresa. (SOTO, 2011).

Para los profesores Litwin y Stinger, existen nueve dimensiones que repercuten en la generación del clima organizacional. Estas son:

1. Estructura:

Esta escala representa la percepción que tienen los miembros de la organización acerca de la cantidad de reglas, procedimientos, trámites, normas, obstáculos y otras limitaciones a que se ven enfrentados en el desempeño de su labor. El resultado positivo o negativo, estará dado en la medida que la organización pone el énfasis en la burocracia, versus el énfasis puesto en un ambiente de trabajo libre, informal y poco estructurado o jerarquizado.

2. Responsabilidad:

Es la percepción de parte de los miembros de la organización acerca de su autonomía en la toma de decisiones relacionadas a su trabajo. Es la medida en que la supervisión que reciben es de tipo general y no estrecha, es decir, el sentimiento de ser su propio jefe y saber con certeza cuál es su trabajo y cuál es su función dentro de la organización.

3. Recompensa:

Corresponde a la percepción de los miembros sobre la recompensa recibida por el trabajo bien hecho. Es la medida en que la organización utiliza más el premio que el castigo, esta dimensión puede generar un clima apropiado en la organización, pero siempre y cuando no se castigue sino se incentive el empleado a hacer bien su trabajo y si no lo hace bien se le incentive a mejorar en el mediano plazo.

4. Desafío:

Corresponde a las metas que los miembros de una organización tienen respecto a determinadas metas o riesgos que pueden correr durante el desempeño de su labor. En la medida que la organización promueve la aceptación de riesgos calculados a fin de lograr los objetivos propuestos, los desafíos ayudarán a mantener un clima competitivo, necesario en toda organización.

5. Relaciones:

Es la percepción por parte de los miembros de la empresa acerca de la existencia de un ambiente de trabajo grato y de buenas relaciones sociales tanto entre pares como

entre jefes y subordinados, estas relaciones se generan dentro y fuera de la organización, entendiendo que existen dos clases de grupos dentro de toda organización. Los grupos formales, que forman parte de la estructura jerárquica de la organización y los grupos informales, que se generan a partir de la relación de amistad, que se puede dar entre los miembros de una organización.

6. Cooperación:

Es el sentimiento de los miembros de la organización sobre la existencia de un espíritu de ayuda de parte de los directivos y de otros empleados del grupo. Énfasis puesto en el apoyo mutuo, tanto en forma vertical, como horizontal.

7. Estándares:

Esta dimensión habla de cómo los miembros de una organización perciben los estándares que se han fijado para la productividad de la organización.

8. Conflicto:

El sentimiento de que los jefes y los colaboradores quieren oír diferentes opiniones; el énfasis en que los problemas salgan a la luz y no permanezcan escondidos o se disimulen. En este punto muchas veces juega un papel muy determinante el rumor, de lo que puede o no estar sucediendo en un determinado momento dentro de la organización, la comunicación fluida entre las distintas escalas jerárquicas de la organización evita que se genere el conflicto.

9. Identidad:

El sentimiento de que uno pertenece a la compañía y es un miembro valioso de un equipo de trabajo; la importancia que se atribuye a ese espíritu. En general, la sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización.

Los nueve factores descritos anteriormente producen en los diferentes tipos de percepción que inciden de manera directa en la moral laboral individual y la suma de todas a nivel grupal, termina conformando el clima organizacional.

Varios autores sugieren medir el clima organizacional por medio de las siguientes dimensiones, lo cual implica asumir que esos son los factores que la afectan:

- Actitudes hacia la compañía y la gerencia de la empresa

- Actitudes hacia las oportunidades de ascenso
- Actitudes hacia el contenido del puesto
- Actitudes hacia la supervisión
- Actitudes hacia las recompensas financieras
- Actitudes hacia las condiciones de trabajo
- Actitudes hacia los compañeros de trabajo

Sin embargo por su parte ROBBINS & JUDGE (2009), han encontrado que existen tres dimensiones clave para cualquier clima de una organización, en este sentido los define de esta manera:

- La capacidad de un clima: se refiere al grado en que puede apoyar el crecimiento
- La volatilidad: donde hay un alto grado de cambio impredecible, el clima es dinámico
- Complejidad: es el grado de heterogeneidad y concentración entre los elementos ambientales.

*Tabla3*  
*Dimensiones del clima organizacional*

| DEL CLIMA ORGANIZACIONAL<br>DIMENSIONES | Robbins y Judge<br>2009     | Soto 2011          | Litwin y Stinger<br>2015 |
|---|-----------------------------|--------------------|--------------------------|
|   | La capacidad de<br>un clima | La estructura      | Estructura               |
|   |                             | La responsabilidad | Responsabilidad          |
|   |                             | La recompensa      | Recompensa               |
|   | La volatilidad              | El desafío         | Desafío                  |
|   |                             | Las relaciones     | Relaciones               |
|   |                             | La cooperación     | Cooperación              |
|   | Complejidad                 |                    | Estándares               |
|   |                             |                    | Conflictos               |
|   |                             |                    | Identidad                |

Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar de acuerdo a la tabla diversos autores han ido con el paso del tiempo cambiando y aumentando las dimensiones para considerar respecto al clima

organizacional, para la presente investigación se tomó en cuenta las 9 dimensiones investigadas por Litwin y Stinger, debido a que se acomoda perfectamente al desarrollo del mismo.

La importancia de esta información se basa en la comprobación de que el clima organizacional influye en el comportamiento manifiesto de los miembros, a través de percepciones estabilizadas que filtran la realidad y condicionan los niveles de motivación laboral y rendimiento profesional entre otros.

Mientras más escaso, dinámico y complejo sea el clima, más orgánica debe ser la estructura de la organización. Uno de los factores que se percibe en el clima organizacional predominante en el departamento de consultaría jurídica del Instituto de Vivienda Equipamiento de Barrio del Estado Yaracuy (I.V.E.B.) y su influencia en la productividad de los empleados que laboran en el mismo son los cambios implantados por la organización en forma notoria (insatisfactorio), permitiendo así, que dichos trabajadores no se sientan a gusto con la labor realizada.

Debido a que las propiedades particulares del clima sirven para estimular o provocar determinados motivos, es decir, un motivo específico sólo influirá en el comportamiento cuando sea provocado por la influencia ambiental apropiado. Sobre este aspecto CHIAVENATO (2009), explica que "el clima organizacional se refiere al ambiente existente entre los miembros de la organización, está estrechamente ligado al grado de motivación de los empleados e indica de manera específica las propiedades motivacionales del ambiente organizacional"

La investigación ha señalado que la elaboración del clima organizacional es un proceso sumamente complejo a raíz de la dinámica de la organización, del entorno y de los factores humanos. Por lo que muchas empresas e instituciones reconocen que uno de sus activos fundamentales es su factor humano. Para estar seguros de la solidez de su recurso humano, las organizaciones requieren contar con mecanismos de medición periódica de su clima organizacional que va ligado con la motivación del personal y como antes se señalaba éste puede repercutir sobre su correspondiente comportamiento y desempeño laboral. (CAPRIOTTI, 2009)

De acuerdo con esto, nosotros sabemos que el proceso requiere un conocimiento profundo de la materia, creatividad y síntesis, de todas las cosas que lo componen, por lo que el clima organizacional debe ofrecer calidad de vida laboral.

### ***2.2.3.1. La motivación***

Se define motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza un individuo para la consecución de un objetivo (ROBBINS & JUDGE, 2009).

### **Teoría de Maslow**

La Pirámide de Maslow es una teoría psicológica propuesta por Abraham Maslow en su obra: Una teoría sobre la motivación humana de 1943, que posteriormente amplió. Maslow formula en su teoría una jerarquía de necesidades humanas y defiende que conforme se satisfacen las necesidades más básicas, los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados.

Según Maslow la motivación es el impulso que tiene el ser humano de satisfacer sus necesidades. Como se puede observar, en la base están las necesidades básicas, que son necesidades referentes a la supervivencia; en el segundo escalón están las necesidades de seguridad y protección; en el tercero están las relacionadas con nuestro carácter social, llamadas necesidades de afiliación; en el cuarto escalón se encuentran aquellas relacionadas con la estima hacia uno mismo, llamadas necesidades de reconocimiento, y en último término, en la cúspide, están las necesidades de autorrealización. La idea principal es que sólo se satisfacen las necesidades superiores cuando se han satisfecho las de más abajo, es decir, no puedes pasar a la siguiente hasta que no hayas satisfecho las anteriores. (FIALLO, ALVARADO, & SOTO, 2015)

### **Concepto de jerarquía de necesidades de Maslow**

Muestra una serie de necesidades que atañen a todo individuo y que se encuentran organizadas como una pirámide. En la parte más baja de la estructura se ubican las necesidades más prioritarias y en la superior las de menos prioridad.

Así pues, dentro de esta estructura, al ser satisfechas las necesidades de determinado nivel, el individuo encuentra en las necesidades del siguiente nivel su meta próxima de satisfacción. Aquí subyace la falla de la teoría, ya que el ser humano siempre quiere más y esto está dentro de su naturaleza. Cuando un hombre sufre de hambre lo más normal es que

tome riesgos muy grandes para obtener alimento, una vez que ha conseguido alimentarse y sabe que no morirá de hambre se preocupará por estar a salvo, al sentirse seguro querrá encontrar un amor, etc. (JOSEP, 2018)

**La Jerarquía de Maslow** plantea que las personas se sentirán más motivadas por lo que buscan que por lo que ya tienen.

#### TEORÍA DE LAS NECESIDADES DE ABRAHAM MASLOW

##### *Ilustración 1*

##### *Pirámide de las necesidades de Maslow*



Fuente: Pirámide de la necesidad de Maslow

**Necesidades fisiológicas:** Son necesidades de primer nivel y se refieren a la supervivencia, involucra: aire, agua, alimento, vivienda, vestido, etc. Estas necesidades constituyen la primera prioridad del individuo y se encuentran relacionadas con su supervivencia. Dentro de éstas encontramos, entre otras, necesidades como la homeóstasis (esfuerzo del organismo por mantener un estado normal y constante de riego sanguíneo), la alimentación, el saciar la sed, el mantenimiento de una temperatura corporal adecuada, también se encuentran necesidades de otro tipo como el sexo, la maternidad o las actividades completas (JOSEP, 2018).

**Necesidades de seguridad:** Se relaciona con la tendencia a la conservación, frente a situaciones de peligro, incluye el deseo de seguridad, estabilidad y ausencia de dolor. Con su satisfacción se busca la creación y mantenimiento de un estado de orden y seguridad. Dentro de estas encontramos la necesidad de estabilidad, la de tener orden y la de tener protección, entre otras. También se relacionan con el temor de los individuos a perder el control de su vida y están íntimamente ligadas al miedo, miedo a lo desconocido, a la anarquía, etc (JOSEP, 2018).

**Necesidades sociales:** Una vez satisfechas las necesidades fisiológicas y de seguridad, la motivación se da por las necesidades sociales.

El hombre tiene la necesidad de relacionarse de agruparse formal o informalmente, de sentirse uno mismo requerido. Estas tienen relación con la necesidad de compañía del ser humano, con su aspecto afectivo y su participación social. Dentro de estas necesidades tenemos la de comunicarse con otras personas, la de establecer amistad con ellas, la de manifestar y recibir afecto, la de vivir en comunidad, la de pertenecer a un grupo y sentirse aceptado dentro de él, entre otras (JOSEP, 2018).

**Necesidades de estima:** También conocidas como las necesidades del ego o de la autoestima. Este grupo radica en la necesidad de toda persona de sentirse apreciado, tener reputación y destacar dentro de su grupo social, de igual manera se incluyen la autovaloración y el respeto a sí mismo.

Es necesario recibir reconocimiento de los demás, de lo contrario se frustra los esfuerzos de esta índole generar sentimientos de prestigio de confianza en sí mismo, proyectándose al medio en que interactúa (JOSEP, 2018).

**Necesidades de autorrealización:** También conocidas como de auto superación o auto actualización, que se convierten en el ideal para cada individuo. En este nivel el ser humano requiere trascender, dejar huella, realizar su propia obra, desarrollar su talento al máximo. Consiste en desarrollar al máximo el potencial de cada uno, se trata de una sensación auto superadora permanente.

Como resumen, las necesidades humanas están dispuestas en una jerarquía de importancia: una necesidad superior se manifiesta cuando la necesidad inferior (más apremiante) está satisfecha. (JOSEP, 2018)

**Necesidades de orden inferior:** físicas y de seguridad.

**Necesidades de orden superior:** sociales, estima y autorrealización.

**La necesidad inferior** (más apremiante) monopoliza el comportamiento del individuo y tiende a organizar automáticamente las diversas facultades del organismo. En consecuencia, las necesidades más elevadas tienen a quedar relegadas en un plano secundario. Cuando se satisfacen las necesidades inferiores surgen gradualmente las necesidades más elevadas.

Debido a esta preeminencia, no todos los individuos consiguen llegar a los niveles más elevados de las necesidades, porque deben satisfacer primero las necesidades inferiores. (JOSEP, 2018)

#### **2.2.4. Imagen corporativa**

La imagen corporativa es la construcción que realiza el público a partir de diferentes elementos visuales, como culturales, como extraídos de la propia experiencia, sobre una empresa.

Podemos llamar a estos elementos atributos corporativos es a partir de ellos que el público elabora una síntesis mental acerca de los actos de las corporaciones.

A partir de lo expuesto se puede decir que la imagen corporativa es un activo que pertenece a una empresa, pero en realidad está en poder del público.

La imagen es construida a través de un sistema o patrón cultural, o bien un sistema de creencias.

A su vez, es creada por la empresa cuando comunica, o cuando no comunica. El público interpreta estos mensajes de acuerdo a una red de léxicos y de ejes temáticos.

Las empresas comunican a través de sus estrategias (diferentes acciones para en definitiva crear y comunicar una imagen). Para ello debe haber objetivos claros de comunicación. En este caso comunicar una imagen corporativa implica una minuciosa estrategia de comunicación. Los objetivos que figuren en la misma, deberán traducirse en acciones concretas para recrear la imagen deseada (SCHEINSOHN, 1998).

Imagen corporativa es la opinión que se gana una organización (institución, empresa o cualquier otra agrupación), no se debe confundir la identidad corporativa con imagen corporativa, identidad corporativa se refiere al trabajo de diseño (logotipo, colores corporativos, diseño de papelería, parque vehicular, señalética y demás trabajo), y la imagen corporativa, como dice Norberto Chávez es la opinión que tiene una sociedad sobre alguna empresa, esta opinión se genera no solo con la identidad corporativa, sino también con la calidad del servicio, calidad del producto y demás factores que alguna persona pueda percibir de la empresa. (CHAVES, 2015)

La imagen corporativa de una empresa es la imagen que el público tiene de esa entidad. Por un lado, son las ideas, sensaciones y prejuicios que tenemos antes de conocer los

servicios o productos de una marca. Por otro: las experiencias y juicios que adquirimos después de conocerlos.

Muchas veces confundimos la imagen corporativa con la identidad visual de una marca. Cuando hablamos de logotipos, papelería, diseño de tu página web, hablamos de la identidad visual. La imagen corporativa es anterior al diseño. Es concepto y posicionamiento. El diseño, la identidad visual corporativa, debe ayudar a expresar lo que queremos que transmita la imagen corporativa de nuestra empresa.

El concepto de imagen corporativa podría resumirse en una sola palabra: todo. Es decir, la suma de elementos tangibles y no tangibles que forman parte del día a día de las organizaciones y que, directa o indirectamente, envían un mensaje tanto a quienes trabajan en ellas como a los agentes externos.

Tiene un vínculo estrecho con la identidad corporativa. Al igual que las personas, las empresas necesitan diferenciarse unas de otras para marcar diferencia en los mercados y posicionarse.

El corte de pelo, el vestido, los colores que usa o incluso la forma de desenvolverse en público son elementos que caracterizan a cada persona y que definen su identidad. Si se trata de las empresas, la identidad corporativa se determina por una serie de aspectos. ¿Cuáles son? ¿Qué relaciones guardan entre ellos?

La imagen que el público recibe sobre una determinada organización, resultado de la acumulación de mensajes que haya recibido sobre ella. No solo se transmite algo cuando quiere hacerse. Hay que tener en cuenta que, mientras que la marca se dirige a un determinado público, la compañía tiene públicos muy heterogéneos: lo que para unos es bueno para otros es malo.

Imágenes intencionales: un mismo mensaje puede ser entendido de forma diferente según el país. La imagen es mucho más fácil de cambiar que la identidad. Una imagen positiva puede volverse negativa muy rápidamente.

Una imagen corporativa fuerte crea una importante ventaja competitiva de empresa a empresa. Muchos de los procesos que afectan a los consumidores particulares también

afectan a los compradores empresariales. Esto significa que comprar a una empresa reconocida reduce la sensación de riesgo. Una marca con una imagen bien establecida facilita la decisión de los clientes corporativos que tratan de reducir el tiempo de búsqueda. El refuerzo psicológico y la aceptación social también pueden estar presentes.

Una imagen corporativa de calidad sienta la base para el desarrollo de nuevos bienes y servicios. Cuando los consumidores ya están familiarizados con el nombre e imagen corporativa, la introducción de un nuevo producto se vuelve mucho más fácil, porque los clientes de largo plazo están dispuestos a probar algo nuevo.

Una imagen corporativa fuerte permite a una empresa cobrar más por sus bienes y servicios. La mayoría de los clientes cree que “reciben aquello por lo que pagan”. A menudo se asocia una calidad superior con un precio más alto. Esto a su vez, puede producir mayores márgenes de ganancias y utilidades para la empresa.

#### ***2.2.4.1. La imagen corporativa es importante para la empresa***

Hoy en día Internet es un importante canal de comunicación en donde al consumidor le es muy fácil acceder a múltiples opciones.

En este contexto, contar con una imagen corporativa se hace indispensable para que las marcas tengan opción a hacerse su hueco en el mercado.

Una imagen corporativa bien construida y trabajada coherentemente aporta a la marca beneficios de cara al posible cliente, como, por ejemplo:

Conseguir que nuestro público objetivo se identifique con nuestra marca, lo que otorga fidelidad.

- Una fácil identificación de nuestros productos o servicios, al contar con una coherencia visual.
- Un incremento del valor percibido de tu oferta de productos/servicios.
- Crea un vínculo emocional con tus clientes, más fidelidad.
- Un valor diferencial frente a nuestros competidores.
- Una sensación de marca fuerte, lo que nos brinda seguridad y confianza.
- En general te da esa sensación de profesionalidad que todos queremos que tengan los productos o servicios que adquirimos. Pero, además, de cara a nuestros

empleados o inversores, generamos una confianza y un orgullo de pertenencia a una entidad con valores y objetivos (DEL POZO, 2017).

Como ya habíamos comentado anteriormente la imagen se refiere a la forma en que una organización es percibida por sus audiencias, públicos y entorno mismo.

Pero, la imagen nunca será idéntica para las personas, ya que cada individuo fabricará su propia imagen a partir de la información que recibe, de sus vivencias y del entorno donde está inserto.

Con la penetración de las redes sociales, la imagen ya no pertenece a las organizaciones, es libre, y no se puede tener un control total sobre ella, esto implica que la imagen evoluciona en la mente de las personas con autonomía de la entidad que la proyecta. (CASTAÑEDA, 2017)

Por tanto, la gestión de la imagen es una labor constante, que requiere mantener un escrutinio profundo en dos aspectos:

Las circunstancias que rodean a las audiencias y públicos que son sujetos de nuestras comunicaciones.

Antes de entrar a fondo en este tema, conviene dejar claro que imagen corporativa solo hay una; es decir, las empresas necesitan definirse de una forma específica, pues de lo contrario su concepto y su propuesta de valor tienden a difuminarse en la mente de los clientes.

Por tanto, todos los elementos que la componen deben estar alineados bajo los mismos criterios. No puede haber criterios opuestos o que comuniquen cosas distintas. Se requiere unidad, cohesión y coherencia.

Como hemos dicho, la imagen es una categoría amplia y en la que cabe prácticamente todo. Sin embargo, dentro de ella se destacan algunos elementos como los siguientes:

1. El nombre de la empresa:

Por obvio que parezca, él es primer elemento que transmite una idea de la empresa o de que lo que ésta realiza. Lo más idóneo es que tenga relación con la actividad comercial y que sea lo suficientemente llamativo como para generar interés.

## 2. El logo y otros símbolos:

Es un elemento muy importante si se trata de llegar al público. Logos como el de Apple o Coco-Cola llevan años en la mente de los consumidores sin que pierdan consistencia ni perdurabilidad. Todo logo debe transmitir la idea del negocio y considerar tanto el target al que se dirige la empresa como sus competidores.

## 3. El eslogan:

Suele tener un gran impacto en los consumidores cuando es innovador, creativo y, a la vez, habla de los beneficios del producto. Muchos se diseñan como si fuesen promesas.

## 4. Los colores (identidad cromática):

Los colores también comunican. De hecho, muchas compañías se conocen más por el color de sus logos que por los logos en sí mismos. El uso del color puede darse de dos formas: acogiendo su significado esencial o añadiéndole otro en función del mensaje que se quiera transmitir al consumidor.

## 5. La página web:

Además de ser una herramienta fundamental para las labores de marketing en la era digital, la página debe responder a los mismos principios del logo, el eslogan, la gama cromática elegida o el lenguaje. De lo contrario, no tendría sentido.

## 6. Brochure:

Se refiere a todos aquellos elementos complementarios de comunicación, como por ejemplo las tarjetas de presentación, los sobres, los correos electrónicos, las facturas y hasta la chapa que llevan sus representantes a los eventos.

Por último, debemos mencionar la cultura empresarial como un elemento más de la imagen corporativa. O lo que es lo mismo, el estilo de dirección y los valores que se fomentan con cada acción o decisión. También esto define la esencia de una empresa.

La imagen corporativa está en constante evolución, adaptándose a los nuevos cambios, prueba de ello es el desarrollo de las tecnologías de la comunicación. El uso de internet, las redes sociales y de los teléfonos inteligentes mejora en este sentido el acceso a la información donde cualquier comportamiento de la empresa puede evaluarse en términos de

imagen.

En un mundo acelerado y competitivo, en el que el consumidor tiene innumerables opciones disponibles, una imagen corporativa adecuada ayudar a una empresa a establecerse sólidamente en el mercado.

- La primera impresión

Cuando conocemos a una persona, nos fijamos en su imagen: la primera impresión es la de mayor impacto. Esto nos lleva a recoger las señales de lo que vemos y sentimos y a interpretar nuestras observaciones para formar nuestra opinión acerca de la persona. Así también es como tratamos los productos y empresas.

Para diferenciarse de sus competidores, toda empresa ha de construir una buena imagen de marca y así creará un nicho en la mente del cliente.

- Lealtad e imagen de marca

Para estar en consonancia con los objetivos del negocio y resultar consistente, el diseño de la imagen corporativa debe defender y reflejar el espíritu de la empresa, como su cultura, principios, ambiciones futuras o metas visionarias.

Los clientes se sienten conectados con esta filosofía cuando conectan con ella y, para hacerlo, necesitan un nexo: la imagen. El cliente que conecta con la imagen corporativa desarrolla mayor lealtad hacia la empresa.

- La imagen corporativa mejora un negocio

Las experiencias personales corporativas con los consumidores a través de la imagen corporativa influyen en las decisiones de compra. Una imagen corporativa con un impacto fuerte y positivo crea una imagen mental favorable de la empresa en la mente de un consumidor.

Vamos a destacar algunas facultades de la imagen corporativa.

- Seguridad y tranquilidad

La imagen corporativa nos muestra lo que podemos esperar de una empresa o marca. Así, la imagen corporativa ayuda al cliente a elegir con la seguridad de que quedará satisfecho con el resultado.

Una imagen corporativa fuerte también ofrece al consumidor tranquilidad. Haber oído hablar de la marca y reconocerla (por haberla visto en lugares conocidos y familiares o en la publicidad) aporta seguridad y reduce las dudas y barreras, incluso si se trata de la primera experiencia de compra.

- Rapidez

Otro beneficio importante de ofrecer una imagen corporativa fuerte es que reduce el tiempo de búsqueda del consumidor. Vivimos un momento caracterizado por las prisas y la multitarea: la gente necesita soluciones rápidas y confiables. Una imagen corporativa fuerte ayuda a realizar una elección rápida y segura.

- Aceptación social

Por último, no podemos olvidar otro este factor clave. Y es que una imagen corporativa reconocida ofrece aceptación social a los consumidores y les proporciona refuerzo psicológico.

Muchas personas adquieren algunos productos de una marca en concreto solo por el hecho que su círculo social compra ese mismo producto y eso les da cierto estatus frente a los que consideran sus iguales.

- La imagen de marca conecta con el cliente de forma visual y directa, si mantenemos nuestra imagen corporativa durante muchos años esa conexión se pierde, sin embargo, renovando nuestra imagen conseguimos que el público se vuelva a fijar en nosotros.
- Ofrecemos una imagen dinámica, el público percibe una evolución, incluso si nuestro catálogo o nuestros servicios se han mantenido fijos durante mucho tiempo. A veces simplemente cambiando la imagen de nuestra empresa conseguimos renovar el interés de nuestro público habitual sin necesidad de hacer más cambios internos en nuestro negocio.
- Para destacar sobre la competencia es importante diferenciarnos. Si detectamos que la imagen corporativa es muy parecida a la de nuestros competidores la única solución es cambiar. Antes de tomar una decisión observa a tu competencia, diseña una imagen corporativa que te diferencie de las demás.

- Cambiar la imagen corporativa no solo es diseñar un nuevo logotipo con el que rotular el cartel de entrada, debes ser capaz de comunicar los cambios y su razón. A veces es tan sencillo como hacer una campaña de mailing con la que comuniquemos nuestra decisión.
- No olvides los valores de marca. Debes conseguir que los valores sobre los que se asienta tu empresa se reflejen en tu nueva imagen. ¿Es posible comunicar con un logotipo que somos una empresa solidaria, dinámica, joven...?, por supuesto.
- Cuenta con un equipo profesional. Tanto el diseño como la impresión deben ser hechos por profesionales, por supuesto teniendo en cuenta tu opinión y tus objetivos.
- Decide la fecha de lanzamiento. Siempre es mejor hacer coincidir un cambio de marca con una época especial, un período en el que esperemos un volumen de clientes superior.
- Renovando nuestra imagen llegamos al cliente de una forma más eficaz, demostrando que nuestro negocio sigue adaptándose a los cambios de mercado.

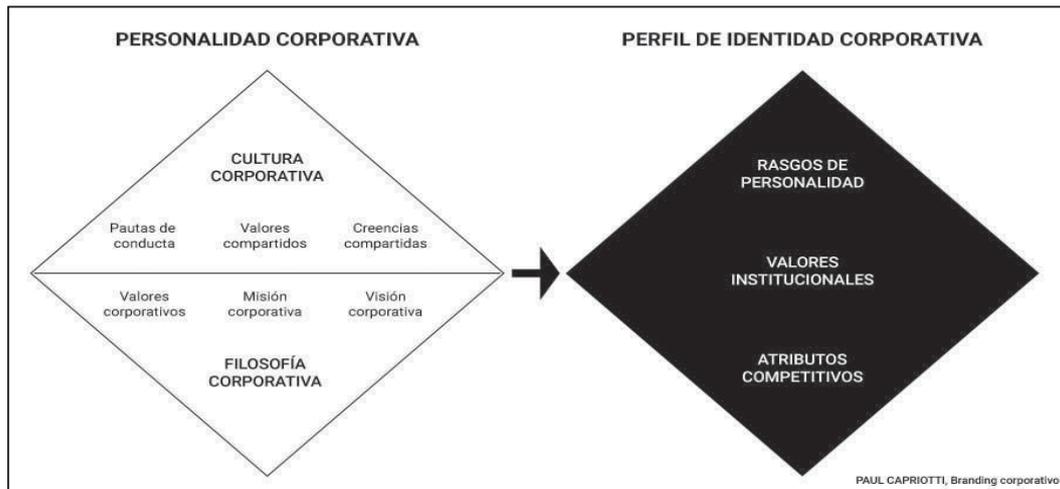
Estos son los beneficios de cambiar nuestra imagen corporativa de empresa.

### **2.2.5. Factores de una buena percepción de la imagen corporativa**

Para CAPRIOTTI (2009) la gestión de los atributos de identidad de una organización y su comunicación a sus públicos tiene como objetivo prioritario lograr la identificación, diferenciación y preferencia de la organización.

Debido a la situación existente en el entorno general y competitivo, uno de los problemas más importantes para las organizaciones es que los públicos tienen dificultades para identificar y diferenciar los productos, servicios y organizaciones existentes en un mercado o sector de actividad. Por esta razón, la imagen corporativa (los atributos que los públicos asocian a una organización) adquiere una importancia fundamental, creando valor para la entidad y estableciéndose como un activo intangible estratégico de la misma.

*Ilustración2*  
Cultura Corporativa



Fuente: Paul Cappaciotti, Corporativa.

La existencia de una buena imagen corporativa en los públicos permitirá a la organización:

- Ocupar un espacio en la mente de los públicos. Por medio de la imagen corporativa, la organización existe para los públicos. Y cuando hablamos de existir, nos referimos a ocupar un espacio en la mente de las personas.  
Significa estar presentes para ellos. Ese espacio ganado en la mente de las personas es la imagen corporativa. Si la organización está en la mente de los públicos, existe, y si no, no existe. Parafraseando a Shakespeare: ser o no ser. Las decisiones, ante una situación social y competitiva compleja y cambiante, se toman en función de las entidades que son “familiares”, de aquellas que están presentes “en ese momento”. Por ello, la primera condición para que los públicos elijan a una organización consiste en que exista para ellos.
- Facilitar la diferenciación de la organización de otras entidades, por medio de un perfil de identidad propio, duradero y diferenciado, creando valor para los públicos. Que la organización exista para los públicos (es decir, estar presente en sus decisiones) no implica la elección de la entidad, y por lo tanto, tampoco garantiza el éxito de la misma.

Además de existir, esa existencia debe ser valiosa para los públicos, debe tener un valor diferencial con respecto a las otras organizaciones que existen en la mente de los públicos.

Para que los públicos elijan a la organización, el primer paso es que exista para ellos, pero no es la única condición. La segunda condición es que los públicos la consideren como una opción o alternativa diferente y válida a las demás organizaciones.

La imagen corporativa permite generar ese valor diferencial y añadido para los públicos, aportándoles soluciones y beneficios que sean útiles y valiosos para su toma de decisiones.

Así, la organización, por medio de su Imagen Corporativa, crea valor para sí misma creando valor para sus públicos. Este planteamiento de beneficio mutuo es una de las claves del éxito de las organizaciones.

- Disminuir la influencia de los factores situacionales en la decisión de compra, ya que las personas dispondrán de una información adicional importante sobre la organización. La existencia de una imagen corporativa fuerte permitirá que las personas tengan un esquema de referencia previo, sobre el que podrán asentar sus decisiones.

Con ello, las organizaciones con una imagen corporativa consolidada podrán minimizar el impacto, en cuanto a influencia en las decisiones de compra, que tienen los factores de situación y los factores coyunturales, ya sean individuales o sociales. Aun así, es conveniente recordar que las decisiones de compra se verán influenciadas por todo un conjunto de factores (información, imagen, situación, coyuntura, etc.), pero puede haber alguno de ellos que sea más importante que el resto.

- Actuar como un factor de poder en las negociaciones entre fabricante y distribuidor. Si los procesos de decisión de compra se producen, fundamentalmente, por factores situacionales o coyunturales, el punto de venta será el lugar donde se producirán muchas decisiones y, por ello, el distribuidor tendrá una cuota alta de poder en su relación con el fabricante, ya que las personas elegirán en el punto de venta cualquier producto o servicio que necesitan.

Si, por el contrario, la decisión de compra está fuertemente influida por factores previos a la situación de compra (como puede ser la imagen corporativa), la influencia de la situación y de la coyuntura disminuirá, y las personas tenderán a elegir los productos o servicios sobre la base de la imagen corporativa del fabricante.

Al basar su elección en estos aspectos, el fabricante tendrá un poder de negociación superior en su relación con el distribuidor, ya que la gente elegirá un producto o servicio concreto en cualquier punto de venta.

- Lograr vender mejor. Una organización que tiene una buena imagen corporativa podrá vender sus productos o servicios con un margen superior, ya que seguramente podrá colocar precios más altos en relación con otros similares.  
Esto es porque la gente estaría dispuesta a pagar un plus de marca, ya que la imagen corporativa sería una garantía de calidad o de prestaciones superiores a los demás productos o servicios.
- Atraer mejores inversores. Una buena imagen corporativa facilitará que los inversores estén interesados en participar en una entidad aportando capital, ya que la perspectiva de beneficios puede ser superior a otras organizaciones que no posean una buena imagen o que sean desconocidas.
- Conseguir mejores trabajadores. Una organización que tenga buena imagen corporativa será más apetecible para trabajar. Para las personas que trabajan en el sector, esa entidad será una referencia, y será preferida a otras, lo cual le facilitará a dicha organización la contratación de personas más adecuadas en función de su perfil profesional.

Por todas o algunas de estas razones, la imagen corporativa puede ser reconocida como un capital importante para una organización, y hace necesario que se planifique una actuación coherente que pueda influir en la imagen que se formen los públicos.

### **2.2.6. importancia de la imagen Corporativa**

CAPRIOTTI (2013), indica que a consecuencia de la madurez existente en los mercados, en la actualidad uno de los problemas más importantes que nos encontramos es que la gente

no tiene la suficiente capacidad de memoria o retención para recordar todos los productos o servicios que las organizaciones ofrecen.

Es decir, aparece una creciente dificultad de diferenciación de los productos o servicios existentes. Por esta razón, la imagen corporativa adquiere una importancia fundamental, creando valor para la empresa y estableciéndose como un activo intangible estratégico de la misma, ya que si una organización crea una imagen en sus públicos.

Antes de lanzar al mercado una empresa es importante crear su identidad corporativa, que en general es la personalidad de la empresa; misma que está conformada por los aspectos físicos y visuales de una organización, en donde influyen la historia, la trayectoria, los proyectos, su manera de trabajar y las metas que desean lograr, además de un detallado plan de acción.

Los objetivos que persigue la identidad corporativa, son: crear un sentido de pertenencia por parte de la plantilla laboral y los clientes; cerciorarse de que existe una diferencia entre la competencia; impulsar la preferencia de nuevos productos, asegurar que el servicio es óptimo y principalmente, generar una opinión pública favorable.

El valor de la imagen corporativa suple las distancias y carencias del negocio, a la vez que potencia o magnifica las virtudes, allí reside su importancia.

Para lograr que la identidad sea favorable, es importante incluir creatividad, hacer de lo común algo extraordinario, poner énfasis en la decoración de los locales, aprovechando espacios, renovando el mobiliario, en general, brindar un servicio que distinga del resto; además, impulsarla de manera interna y externa.

Para que funcione al interior y se reflejen sus ventajas al exterior es necesario que sus integrantes respalden este proyecto, la identidad será creíble si el personal se siente identificado y la trasmite al exterior. Esto se logra cuando las empresas son honestas con sus integrantes y actúan conforme a los lineamientos establecidos.

Por su parte, la imagen corporativa externa se diseña para ser atractiva al público, de modo que la compañía pueda provocar un interés entre los consumidores, genere riqueza de marca y facilite así ventas del producto.

Para lograrlo, es necesario explotar algunos instrumentos como: establecer un logo, utilizar textos publicitarios, implementar un slogan impactante que se refuerce con las imágenes de apoyo, además, dar un lugar especial a las herramientas tecnológicas como redes sociales, sitio web y campañas de posicionamiento.

*Ilustración3*  
*Importancia de generar una buena imagen corporativa*



Fuente: Elaboración propia.

Son este conjunto de razones las que dan importancia a la identidad corporativa, todas las empresas comunican algo, pero hay que saber qué es, verificar si la opinión de los consumidores es la correcta y saber si el impacto que están provocando es positivo o negativo; solo de esta manera se puede conseguir que sus implicaciones en el sector empresarial sean las adecuadas (visaempresarial.com, 2016).

### **2.2.7. Dimensiones de la imagen corporativa:**

- **Situación actual:**

La identidad corporativa requiere de una interpretación dinámica, que viene a ser la esencia misma de la empresa, es decir “el ser de la empresa”, además que supone la convergencia de tres ejes, el de la historia de la organización, su cultura corporativa y su estrategia empresarial.

La imagen es la que deja una primera impresión en la mente de nuestros clientes. Las empresas en general cuidan de esta a través de un perfil visual integrado por la suma de diferentes aspectos como, por ejemplo: el diseño de su logotipo, la

página Web, la papelería comercial o incluso la arquitectura de sus edificios e instalaciones.

- **Reputación:**

En cuanto a la reputación decimos que es la percepción que el público tiene o se fija de una empresa o marca. Esta está fundamentalmente más vinculada a la conducta de las organizaciones y de las personas que la integran. Es decir que la reputación tiene más que ver con la ética que realmente práctica o profesa una organización, que con la que se declara en la construcción o formación de su imagen.

Las semejanzas y la relación existente entre la reputación y la imagen corporativa son innegables, porque una imagen positiva cuando se mantiene a lo largo del tiempo colabora y deriva en una mejor reputación. Pero entre ambos conceptos existen notables y variadas diferencias que conviene no ignorar.

El desarrollo de la reputación es una acción colectiva, que depende casi fundamentalmente de los individuos que conforman una organización, así también como de la relación que existe entre servicios ofrecidos y servicios prestados (Calidad). Buscando siempre cumplir con las expectativas que generemos (nivel de satisfacción del cliente). Esta reputación es un activo “intangible” de difícil cálculo, pero con marcada influencia en el éxito o no de las acciones comerciales. (FACCHIN, 2018)

Los conceptos de imagen y reputación están próximos, pero son diferentes, mientras la reputación se fundamenta en realidad y reconocimiento, la imagen se basa en percepciones. La reputación de una organización se genera “haciendo las cosas bien” e impulsando que ese savoir faire sea reconocido.

Un error derivado de gestionar la imagen sin tener en cuenta si existe el soporte de la realidad corporativa es pensar que la reputación se consigue solo mediante comunicación, pero ésta por sí sola no genera reputación. La comunicación es una herramienta para dar a conocer y trasladar las fortalezas reputacionales, transmitir

y explicar cómo se cumplen los compromisos y reforzar el reconocimiento de los logros de la organización. (VILLAFANE, 2015)

La reputación corporativa en nada es diferente a cualquier clase de reputación. Tradicionalmente se empleaba el término para referirse a las personas que en su profesión o en su vida se caracterizaban por un proceder meritorio, o por todo lo contrario. Es curioso, pero cuando se hablaba de la mala reputación siempre se apelaba al devenir personal de las personas, mientras que la buena reputación se asociaba comúnmente a una trayectoria profesional destacada.

La definición de la voz reputación en nuestro diccionario resulta muy ilustrativa en este sentido: opinión acerca de la excelencia de un sujeto en su profesión o arte. Parece que, salvo las excepciones relativas a las costumbres de la vida cotidiana, la reputación siempre ha estado unida al desempeño, al cumplimiento, al comportamiento, en una palabra. Pues bien, la reputación corporativa está íntimamente ligada al comportamiento corporativo y es consecuencia de él.

La conceptualización de la noción de reputación no resulta fácil y plantea, al menos, tres problemas. El primero relativo a la sustancia misma del concepto: qué es la reputación. En segundo lugar, en lo que se refiere a sus límites, lo que nos introduce una cuestión crucial: qué es imagen y qué es reputación. En último lugar nos topamos con un problema funcional: cómo se gestiona la reputación.

Para Charles Fombrun, de la Stern School of Business de New York, la reputación está asociada siempre a sus stakeholders: es la consecuencia de su habilidad para relacionarse con ellos, la unión racional y emocional entre la compañía y sus stakeholders o, también, la imagen neta que estos tienen de esa compañía. (VILLAFANE, 2017)

- **Impacto**

Uno de los ingredientes cruciales del desarrollo exitoso de un plan de comunicación integral de marketing es la administración eficaz de la imagen de una empresa. Esta se basa en los sentimientos que los consumidores y empresas tienen por la organización en conjunto y cada una de sus marcas.

Una imagen corporativa fuerte crea una importante ventaja competitiva de empresa a empresa. Muchos de los procesos que afectan a los consumidores

particulares también afectan a los compradores empresariales. Esto significa que comprar a una empresa reconocida reduce la sensación de riesgo. Una marca con una imagen bien establecida facilita la decisión de los clientes corporativos que tratan de reducir el tiempo de búsqueda. El refuerzo psicológico y la aceptación social también pueden estar presentes. (ESCALANTE, 2017)

- **Atención**

La atención es una base fundamental en el desarrollo de la imagen corporativa debido a que es el primer contacto que tiene el usuario con la empresa o institución, se podría decir que es el punto de partida para la generación de una buena o mala reputación de parte del usuario.

### **2.3. UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA CANCHIS**

La Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis (UGEL) se encarga de garantizar un servicio educativo de calidad en todos los niveles y modalidades del sistema educativo, la UGEL Canchis depende de la DRE-Cusco (Dirección Regional de Educación de Cusco), este se encarga de coordinar labores y funciones con las entidades educativas asignadas en el departamento de Cusco.

#### **2.3.1. UGEL**

Una UGEL es la encargada de garantizar un servicio educativo de calidad en todos los niveles y modalidades del sistema educativo, promoviendo la formación integral y desarrollo de la identidad y autoestima del educando, lo que facilita su integración social con hábitos de aprendizaje permanentes acordes a los cambios científicos y tecnológicos, así como a las exigencias del mundo globalizado.

Por otra parte, la UGEL se encarga de gestionar recursos financieros, de personal, infraestructura, desarrollo de tecnologías educativas y todo aquello que sirva de soporte a la mejora permanente del servicio educativo.

#### **2.3.2. Funciones de la UGEL**

La función de la UGEL, es mirar que sus escuelas funcionen con calidad y excelencia, en beneficio de nuestros niños, niñas y adolescentes. Esto lleva a coordinar, formular, dirigir, ejecutar, orientar, supervisar y evaluar los planes, programas y proyectos educativos de nuestro país.

### **2.3.3. Misión de una UGEL**

La principal misión es promover y asegura la oferta de un servicio educativo de calidad, tanto público como privado basado en una gestión eficiente, en el marco de la modernidad administrativa y psicopedagógica adecuados a nuestra realidad, orientados por políticas educativas sectoriales y del gobierno regional, promoviendo permanentemente a lograr educandos, con identidad propia y cultural para que sean capaces, competentes, reflexivos y creativos con pleno conocimiento y práctica de valores.

### **2.3.4. Visión de una UGEL**

La UGEL se proyecta a consolidarse, en corto y mediano plazo, como una institución líder en Gestión Educativa, lo cual esperamos alcanzar con la práctica del buen trato y el trabajo con honestidad y transparencia, capacitando constante al personal docente y administrativo. Nos esforzamos para que la comunidad local reconozca a la UGEL 03 por sus logros, lo que se cristalizará obteniendo eficientes rendimientos académicos de sus educandos por encima del promedio nacional.

## **2.4. MARCO CONCEPTUAL**

- **Clima organizacional**

El clima organizacional es la cualidad o propiedad del ambiente percibido o experimentado por los miembros de la organización en su comportamiento.

- **Comunicación**

Es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo.

- **Comunicación interpersonal**

La comunicación interpersonal se da entre dos personas que están físicamente próximas. Cada una de las personas produce mensajes que son una respuesta a los mensajes que han sido elaborados por la otra o las otras personas implicadas en la conversación.

- **Eficacia**

Mide el grado de cumplimiento de los objetivos de la institución. En qué medida está cumpliendo con sus objetivos.

- **Eficiencia**  
Grado o cantidad en que se utilizan los recursos de la organización para realizar un trabajo u obtener un producto. Implica la mejor manera de hacer o realizar las cosas (mínimo de esfuerzo y costo).
- **Eficiencia laboral**  
Tiempo estimado para la realización de un determinado trabajo y el tiempo empleado para llevar a cabo eficazmente esta tarea.
- **Ética**  
Conjunto de costumbres y normas que dirigen o valoran el comportamiento humano en una comunidad.
- **Imagen**  
Es una representación visual y psicológica, como dominio inmaterial de las imágenes en nuestra mente, estas aparecen como visiones, fantasías, imaginaciones, esquemas o modelos; son el resultado, en la imaginación y en la memoria, de las percepciones externas, subjetivas por el individuo.
- **Imagen corporativa**  
Es el conjunto de elementos que identifican y distinguen a una empresa, institución u organización.
- **Medios de comunicación**  
Se hace una referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o de comunicación.
- **Medios de comunicación masivos**  
Son los medios de comunicación recibidos simultáneamente por una gran audiencia, equivalente al concepto sociológico de masas o al concepto comunicativo de público.
- **Motivación**  
Es el motivo o la razón que provoca la realización o la omisión de una acción. Se trata de un componente psicológico que orienta, mantiene y determina la conducta de una persona.
- **Motivación laboral**  
Son los estímulos que recibe la persona que lo guían a desempeñarse de mejor o peor manera en su trabajo.

- **Periodismo**

Profesión que comprende el conjunto de actividades relacionadas con la recogida, elaboración y difusión de información actual o de interés para transmitirla al público a través de la prensa, la radio o la televisión.

- **Periodista**

Es la persona que se dedica profesionalmente al periodismo, en cualquiera de sus formas, ya sea en la prensa escrita, como en la documentación fotográfica, radio, televisión o medios digitales.

## **CAPÍTULO III METODOLOGÍA**

### **3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

La investigación tendrá un enfoque cuantitativo, la cual utilizará una recolección de datos orientados a proveer de un mayor entendimiento de los significados y experiencias de las personas. El investigador a través del instrumento de recolección de los datos, se apoya en diversas técnicas que van desarrollándose durante el estudio (HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ, & BAPTISTA, 2014).

### **3.2. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN**

La presente investigación será de enfoque cuantitativo, porque es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos brincar ni eludir pasos, el orden riguroso, aunque desde luego podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada derivan objetivos y preguntas de investigación y revisa la literatura y se establece un marco una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos); y se establece una serie de conclusiones respecto de las hipótesis.

### **3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

El diseño de la investigación es: no experimental, puesto que la investigación se realizará sin manipular deliberadamente variables, se trata de un estudio donde no hacemos cambiar en forma intencional las variables, se observan los fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos.

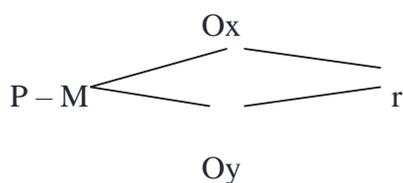
Asimismo, es transaccional, puesto que se recolectarán datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede.

### **3.4. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN**

El alcance de la investigación es: descriptivo, porque nuestra meta es describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos, pretende medir o recoger información de manera conjunta sobre los conceptos y variables a las que se refieren, esto es su objetivo no es indicar cómo se relacionan estas.

También es correlacional, puesto que pretende responder a preguntas de investigación, conocer la correlación o grado de asociación que existe entre las dos variables de estudio en un contexto en particular.

Descriptivo correlacional



Donde:

P es la población

M es la muestra

Ox es la variable independiente

Oy es la variable dependiente

r es la relación entre las variables

### 3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.5.1. Población y muestra de los usuarios:

Universo = 2000 docentes de las Instituciones Educativas del ámbito de la UGEL Canchis de los cuales 371 son docentes de las Instituciones Educativas Secundarias de la ciudad de Sicuani.

*Tabla4*  
*Población*

| Nº    | Institución Educativa                 | Número de docentes | Muestra |
|-------|---------------------------------------|--------------------|---------|
| 01    | Mateo Pumacahua                       | 99                 | 50      |
| 02    | Inmaculada Concepción                 | 89                 | 45      |
| 03    | Julio Alberto Ponce Antúnez de Mayolo | 55                 | 28      |
| 04    | Alejandro Toledo                      | 18                 | 9       |
| 05    | Walter Peñaloza Ramella               | 10                 | 5       |
| 06    | El Amauta                             | 33                 | 17      |
| 07    | Bolivariano                           | 15                 | 8       |
| 08    | Gaona Cisneros                        | 15                 | 08      |
| 09    | Técnico agropecuario                  | 37                 | 19      |
| Total |                                       | 371                | 189     |

Fuente: Cuadro de distribución de horas UGEL Canchis

**Formula**

$$n = \frac{z^2 * p * q}{E^2 + \frac{z^2 * p * q}{N}}$$

n = Tamaño de la muestra a ser calculada

z = 1,96 para un nivel de confianza del 95 %

p = Proporción de aciertos = 0,5

q = Proporción de fallos = 0,5

Condición = p+q = 1

E = Error 5 % = 0.05

N = Población = 371

Z<sup>2</sup> = 3,8416

$$n = \frac{3,8416(0,5)(0,5)}{0,0025 + \frac{3,8416(0,5)(0,5)}{371}}$$

$$n = 189$$

Muestra = 189 personas

Lo que significa que el nivel de significancia es del 51%

**Ejemplo:****Para determinar la muestra por I.E.**

Mateo Pumacahua: Teniendo en consideración de que la población de esta Institución Educativa es 99, con la aplicación de la formula se obtuvo una muestra, la cual fue aplicada de igual forma con todas las poblaciones de las I.E., como se muestra en el siguiente ejemplo:

$$N = 371$$

$$N = 100\%$$

$$N = \frac{99 * 100}{371}$$

$$N = 26\%$$

$$n = \frac{26 * 189}{100}$$

$$n = 50$$

**3.5.1.1. Selección de muestra**

La población seleccionada para la investigación se limita únicamente los docentes de secundaria de la ciudad de Sicuani este criterio fue tomado debido a que son ellos los que,

con mayor frecuencia, recurren a los servicios de la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis.

### 3.5.2. Población y Muestra de colaboradores

Para determinar la muestra de colaboradores:

Población = 80 colaboradores de la SEDE de la UGEL Canchis

#### Formula

$$n = \frac{z^2 * p * q}{E^2 + \frac{z^2 * p * q}{N}}$$

n = Tamaño de la muestra a ser calculada

z = 1,96 para un nivel de confianza del 95 %

p = Proporción de aciertos = 0,5

q = Proporción de fallos = 0,5

Condición = p+q = 1

E = Error 5 % = 0.05

N = Población = 80

Z<sup>2</sup> = 3,8416

$$n = \frac{3,8416(0,5)(0,5)}{0,0025 + \frac{3,8416(0,5)(0,5)}{80}}$$

$$n = 66$$

Muestra = 66 personas

Lo que significa que el nivel de significancia es del 82.5%

El nivel de confianza es la probabilidad a priori de que el intervalo de confianza a calcular contenga al verdadero valor del parámetro. Se indica por 1- $\alpha$  y habitualmente se da en porcentaje (1- $\alpha$ )%. Hablamos de nivel de confianza y no de probabilidad ya que una vez extraída la muestra, el intervalo de confianza contendrá al verdadero valor del parámetro o no, lo que sabemos es que si repitiésemos el proceso con muchas muestras podríamos afirmar que el (1- $\alpha$ )% de los intervalos así contruidos contendría al verdadero valor del parámetro. Los valores que se suelen utilizar para el nivel de confianza son el 95%, 99% y 99,9%.

### **3.6.TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

#### **3.6.1. Técnicas:**

- La primera técnica utilizada será: encuestas, ya que es un proceso interrogativo que obtiene su valor científico en las reglas de su procedimiento, se le utiliza para conocer lo que opina la gente sobre una situación o problema que lo involucra.
- La segunda técnica es: entrevistas a profundidad, ya que es un instrumento de recolección de datos a partir de la interacción de dos partes: el entrevistador y el entrevistado, que por lo general se aplican para personas y grupos de interés específicos.

#### **3.6.2. Instrumentos:**

- Cuestionario con preguntas cerradas, conformado por ítems sobre las variables de investigación, basándose en la escala de Likert
- Cedula de entrevista, aplicándolo a los grupos de interés más relevantes.

### **3.7.PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS**

Para el procesamiento de datos que se utilizará es la técnica de la estadística no paramétrica representada en cuadros de colección de variables donde se procederá a cruzar las variables para relacionar la información.

Se utilizará el Chi cuadrado para el proceso de interpretación de los resultados y así encontrar el grado de correlación entre las variables.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS DE RESULTADO

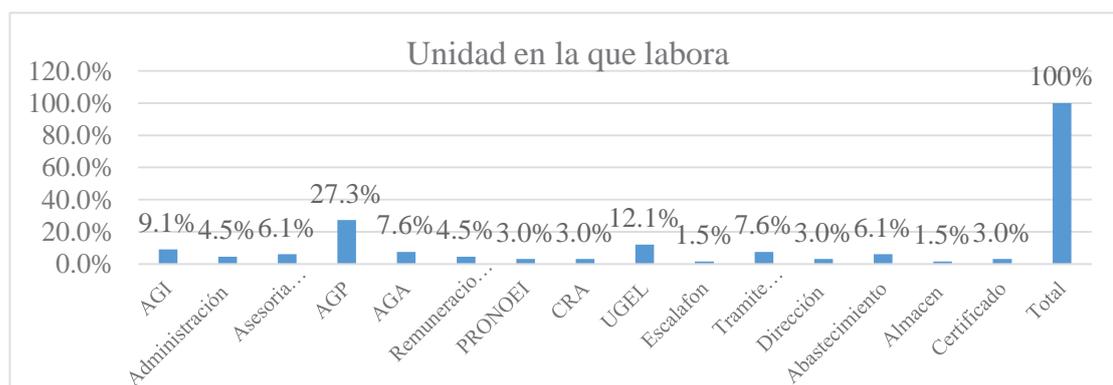
#### 4.1.Resultados

*Tabla5*  
Unidad en la que labora

|                      | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|------------|
| AGI                  | 6          | 9.1%       |
| Administración       | 3          | 4.5%       |
| Asesoría Jurídica    | 4          | 6.1%       |
| AGP                  | 18         | 27.3%      |
| AGA                  | 5          | 7.6%       |
| Remuneraciones       | 3          | 4.5%       |
| PRONOEI              | 2          | 3.0%       |
| CRA                  | 2          | 3.0%       |
| UGEL                 | 8          | 12.1%      |
| Escalafón            | 1          | 1.5%       |
| Trámite documentario | 5          | 7.6%       |
| Dirección            | 2          | 3.0%       |
| Abastecimiento       | 4          | 6.1%       |
| Almacén              | 1          | 1.5%       |
| Certificado          | 2          | 3.0%       |
| Total                | 66         | 100%       |

Fuente: Elaboración propia.

*Figura1*  
Unidad en la que labora



Fuente: Elaboración propia

#### **Interpretación:**

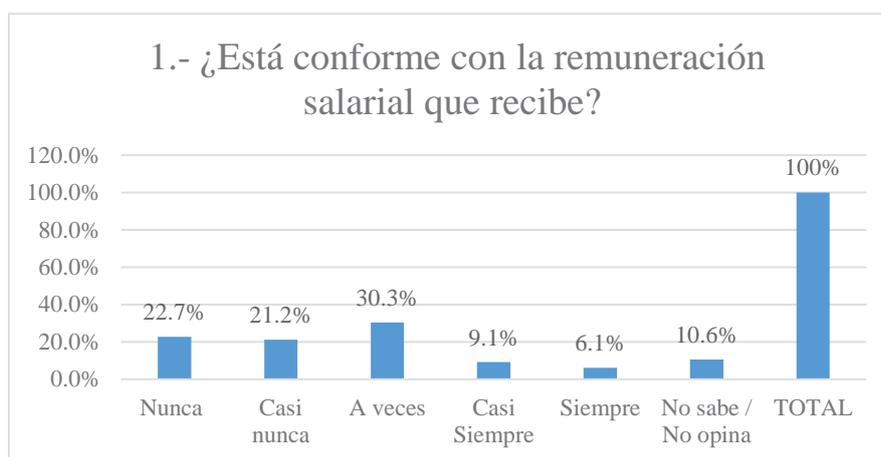
En la figura N° 1 por conveniencia y manejo de la investigación se determinó segmentar igualitariamente a la población, de acuerdo a la frecuencia de sus puestos de trabajo. Con el objetivo de determinar el área que más dificultades presenta en la atención al usuario.

*Tabla6*  
¿Está conforme con la remuneración salarial que recibe?

|                    | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------------|------------|-------------|
| Nunca              | 15         | 22.7%       |
| Casi nunca         | 14         | 21.2%       |
| A veces            | 20         | 30.3%       |
| Casi siempre       | 6          | 9.1%        |
| Siempre            | 4          | 6.1%        |
| No sabe / No opina | 7          | 10.6%       |
| <b>TOTAL</b>       | <b>66</b>  | <b>100%</b> |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura2*  
¿Está conforme con la remuneración salarial que recibe?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

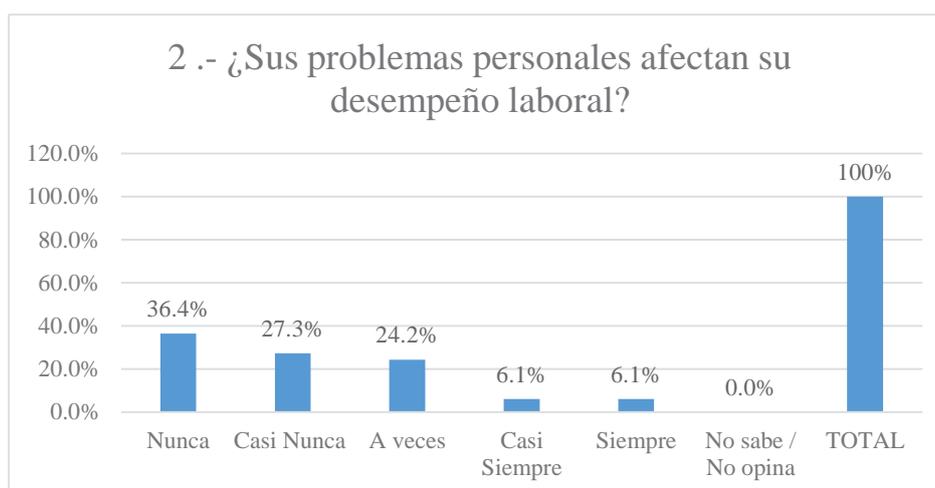
En el Figura 2 podemos observar que un porcentaje mayor al 50% se encuentra inconforme con la remuneración salarial que percibe y tan solo un 15% si se siente satisfecho, mientras que el 10.6% prefiere no opinar al respecto. Por lo que se concluye que en su mayoría no se sienten conformes con la remuneración salarial que por lo que se infiere que la satisfacción económica de los colaboradores de la UGEL Canchis, es un factor preponderante en la mejora del clima organizacional.

*Tabla7*  
¿Sus problemas personales afectan su desempeño laboral?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 24         | 36.4%      |
| Casi Nunca         | 18         | 27.3%      |
| A veces            | 16         | 24.2%      |
| Casi Siempre       | 4          | 6.1%       |
| Siempre            | 4          | 6.1%       |
| No sabe / No opina | 0          | 0.0%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura3*  
¿Sus problemas personales afectan su desempeño laboral?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

En la figura 3 vemos que un porcentaje de apenas 6.1% admite que siempre su trabajo es afectado por sus problemas personales, un 24.2% dice que a veces, mientras que más del 50% dice que nunca y casi nunca se ven afectados. Esto lleva a la conclusión que de forma mayoritaria no se ha visto afectado su trabajo por problemas personales, no siendo esto un factor que influye en el clima organizacional.

Tabla 8

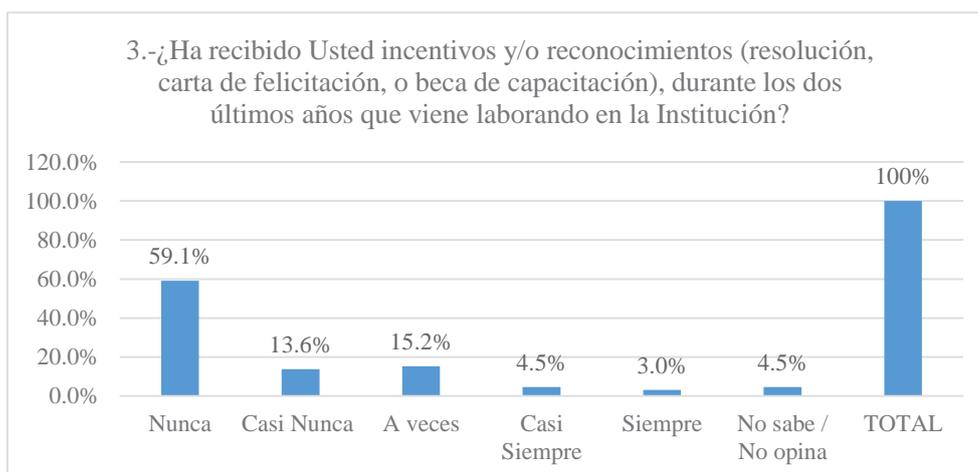
¿Ha recibido Usted incentivos y/o reconocimientos (resolución, carta de felicitación, o beca de capacitación), durante los dos últimos años que viene laborando en la Institución?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 39         | 59.1%      |
| Casi Nunca         | 9          | 13.6%      |
| A veces            | 10         | 15.2%      |
| Casi Siempre       | 3          | 4.5%       |
| Siempre            | 2          | 3.0%       |
| No sabe / No opina | 3          | 4.5%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

Figura 4

3.-¿Ha recibido Usted incentivos y/o reconocimientos (resolución, carta de felicitación, o beca de capacitación), durante los dos últimos años que viene laborando en la Institución?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### Interpretación:

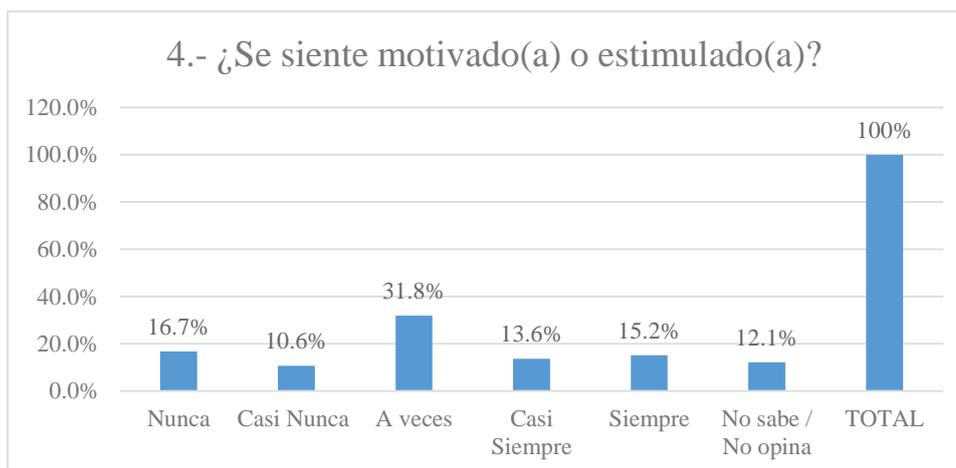
Los resultados mostrados en la figura 4 nos muestran el porcentaje de 59.1% nunca ha recibido ningún tipo de incentivo laboral en los último dos años, mientras que un porcentaje mínimo es el que indica que siempre, concluimos así que la UGEL Canchis no tiene un buen programa de recompensas lo que podría desmotivar a sus colaboradores.

*Tabla 9*  
¿Se siente motivado(a) o estimulado(a)?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 11         | 16.7%      |
| Casi Nunca         | 7          | 10.6%      |
| A veces            | 21         | 31.8%      |
| Casi Siempre       | 9          | 13.6%      |
| Siempre            | 10         | 15.2%      |
| No sabe / No opina | 8          | 12.1%      |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura 5*  
¿Se siente motivado(a) o estimulado(a)?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

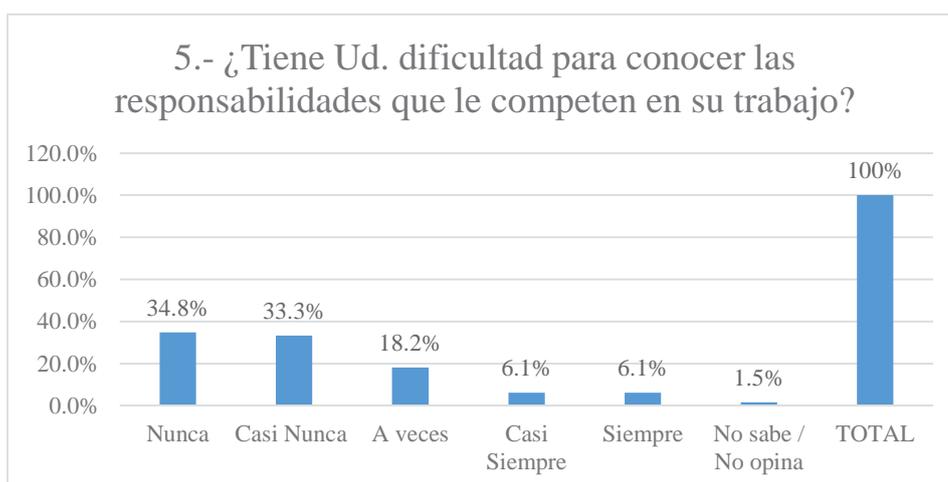
En la figura 5 no indican que el 31.8% a veces se ha sentido motivado, seguido por el porcentaje de 16.7% y 10.6% que indica que nunca y casi nunca respectivamente, 15.2% siempre y 13.6% casi siempre. Llegando a la conclusión que los colaboradores de la UGEL Canchis no se sienten motivados.

*Tabla 10*  
¿Tiene Ud. dificultad para conocer las responsabilidades que le competen en su trabajo?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 23         | 34.8%      |
| Casi Nunca         | 22         | 33.3%      |
| A veces            | 12         | 18.2%      |
| Casi Siempre       | 4          | 6.1%       |
| Siempre            | 4          | 6.1%       |
| No sabe / No opina | 1          | 1.5%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura 6*  
¿Tiene Ud. dificultad para conocer las responsabilidades que le competen en su trabajo?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

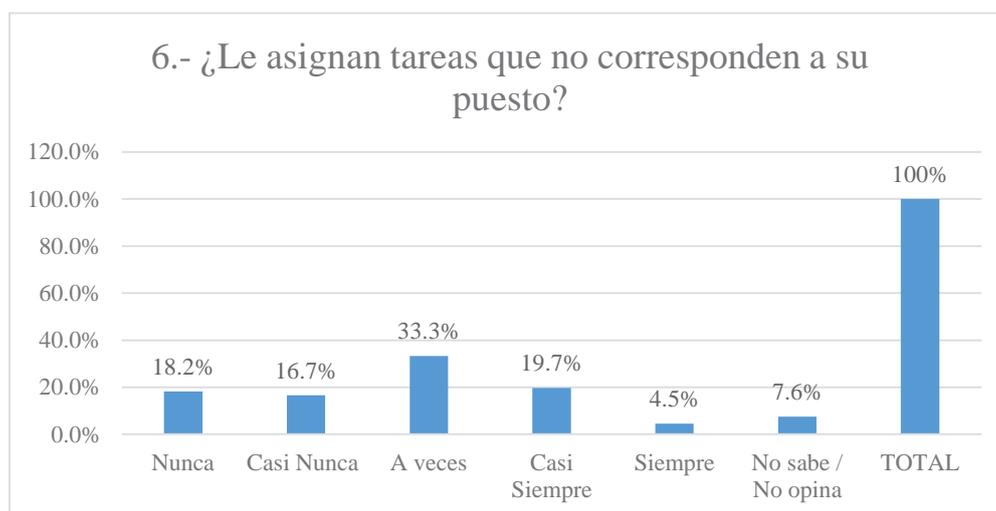
La figura 6 nos indica que más del 50% nunca tiene dificultad para conocer las responsabilidades que le comparten en el trabajo, mientras que el porcentaje mínimo es el que indica siempre tiene este problema. Concluyendo que los colaboradores de la UGEL Canchis no tienen problemas en el reconocimiento de las responsabilidades que les competen, sin embargo, se evidencia la falta de comunicación entre las áreas de trabajo.

*Tabla 11*  
¿Le asignan tareas que no corresponden a su puesto?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 12         | 18.2%      |
| Casi Nunca         | 11         | 16.7%      |
| A veces            | 22         | 33.3%      |
| Casi Siempre       | 13         | 19.7%      |
| Siempre            | 3          | 4.5%       |
| No sabe / No opina | 5          | 7.6%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura 7*  
¿Le asignan tareas que no corresponden a su puesto?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

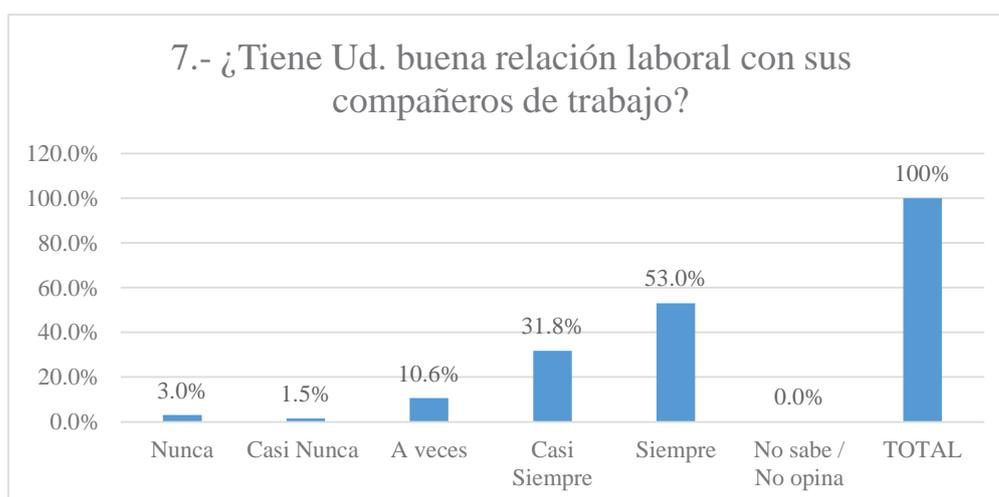
Podemos observar en la figura 7 que el 33.3% indica que a veces seguido por el porcentaje de casi siempre que es 19.7% y siempre que es 4.5%, el 18.2% indica que nunca y el 16.7% que casi nunca. Concluyendo que en diversas ocasiones se les asignan tareas que no corresponden al puesto de los colaboradores de la UGEL Canchis, esto ocasiona la sobrecarga laboral, sobre todo en aspectos administrativos.

*Tabla 12*  
¿Tiene Ud. buena relación laboral con sus compañeros de trabajo?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 2          | 3.0%       |
| Casi Nunca         | 1          | 1.5%       |
| A veces            | 7          | 10.6%      |
| Casi Siempre       | 21         | 31.8%      |
| Siempre            | 35         | 53.0%      |
| No sabe / No opina | 0          | 0.0%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura 8*  
¿Tiene Ud. buena relación laboral con sus compañeros de trabajo?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

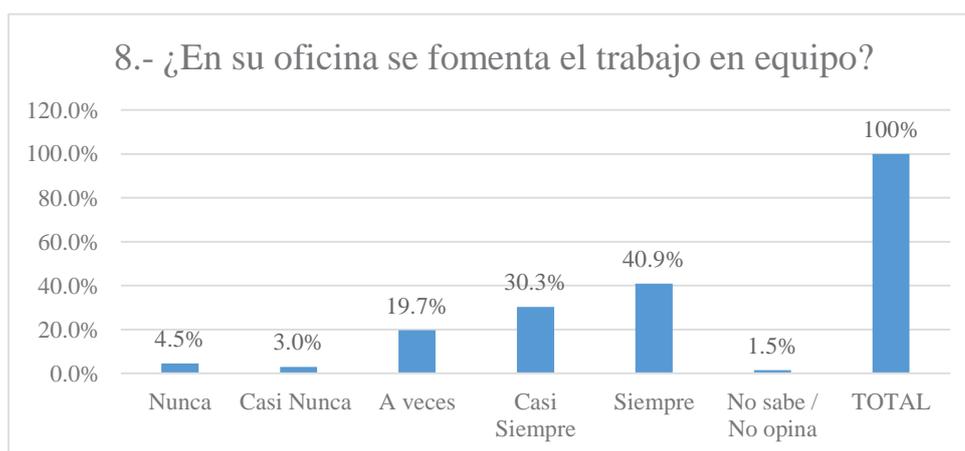
En la figura 8 un porcentaje de 85% indica que tiene una buena relación laboral con sus compañeros, mientras que el porcentaje mínimo es el que indica que nunca. Llegando a la conclusión que los colaboradores tienen entre ellos una buena relación, sin embargo, esto no refleja en la comunicación entre los colaboradores y las áreas de trabajo para un desempeño eficiente de los colaboradores.

*Tabla 13*  
¿En su oficina se fomenta el trabajo en equipo?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 3          | 4.5%       |
| Casi Nunca         | 2          | 3.0%       |
| A veces            | 13         | 19.7%      |
| Casi Siempre       | 20         | 30.3%      |
| Siempre            | 27         | 40.9%      |
| No sabe / No opina | 1          | 1.5%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura 9*  
¿En su oficina se fomenta el trabajo en equipo?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

En la figura 9 un promedio de 71% nos indica que siempre se fomenta el trabajo en equipo, mientras que es mínimo el porcentaje que indica que el trabajo en equipo no es fomentado, concluyendo que en la UGEL Canchis si se fomenta el trabajo en equipo, lo que constituye un aspecto importante de toda organización el trabajo en equipo y de forma colaborativa en bien del cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Tabla 14

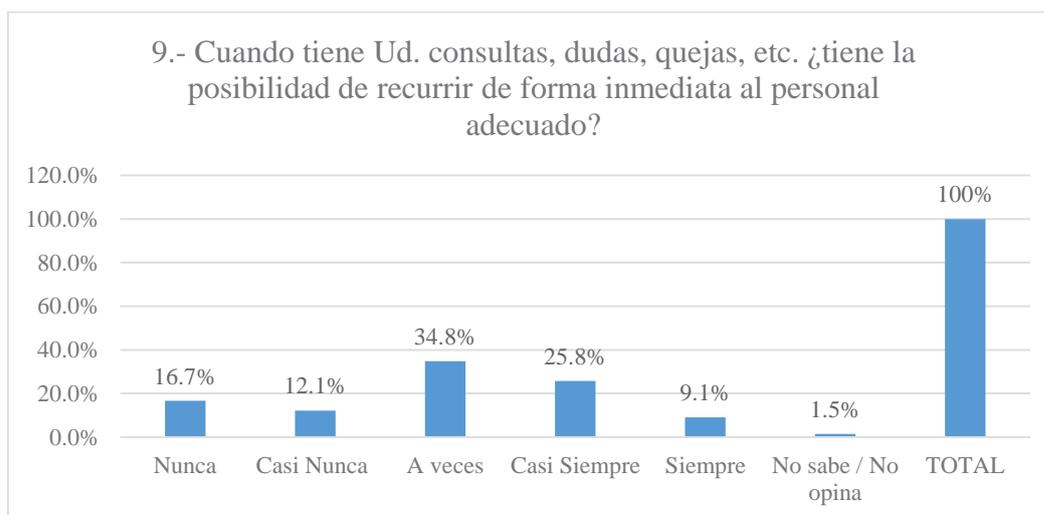
Cuando tiene Ud. consultas, dudas, quejas, etc. ¿tiene la posibilidad de recurrir de forma inmediata al personal adecuado?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 11         | 16.7%      |
| Casi Nunca         | 8          | 12.1%      |
| A veces            | 23         | 34.8%      |
| Casi Siempre       | 17         | 25.8%      |
| Siempre            | 6          | 9.1%       |
| No sabe / No opina | 1          | 1.5%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

Figura 10

Cuando tiene Ud. consultas, dudas, quejas, etc. ¿Tiene la posibilidad de recurrir de forma inmediata al personal adecuado?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### Interpretación:

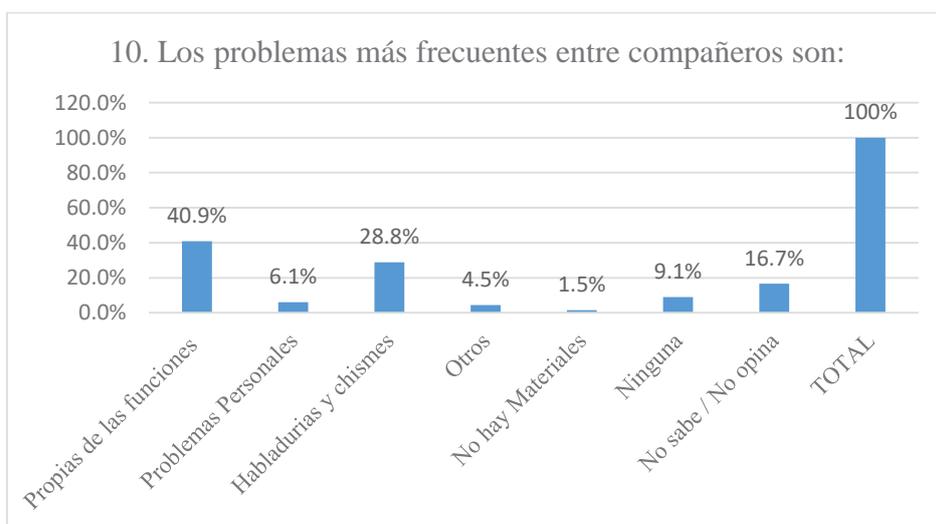
En la figura 10 vemos que el 34.8% considera que a veces, seguido por el porcentaje de siempre y casi siempre que suman 35.9% y nunca y casi nunca que suman 28.8%. Concluyendo que en la UGEL Canchis si cuentan con la posibilidad de recurrir de forma inmediata al personal adecuado en caso de consultas, dudas, quejas, etc.

*Tabla 15*  
Los problemas más frecuentes entre compañeros son:

|                          | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------------------|------------|-------------|
| Propias de las funciones | 27         | 40.9%       |
| Problemas Personales     | 4          | 6.1%        |
| Habladurías y chismes    | 19         | 28.8%       |
| Otros                    | 3          | 4.5%        |
| No hay Materiales        | 1          | 1.5%        |
| Ninguna                  | 6          | 9.1%        |
| No sabe / No opina       | 11         | 16.7%       |
| <b>TOTAL</b>             | <b>71</b>  | <b>100%</b> |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura 11*  
Los problemas más frecuentes entre compañeros son:



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

Para la realización de la figura 11, en la recolección de datos se obtuvo 71 respuestas como indica la Tabla 15, pero para los porcentajes se tomó en consideración como 100% el tamaño de la muestra que es 66, obteniendo de esta forma un 40.9% que indica que el problema más frecuente entre compañeros son los propios de las funciones y un 28.8% que son las habladurías y chismes. Llegando a la conclusión que los problemas que más imperan entre compañeros son: Los propios de las funciones y las habladurías y chismes, en

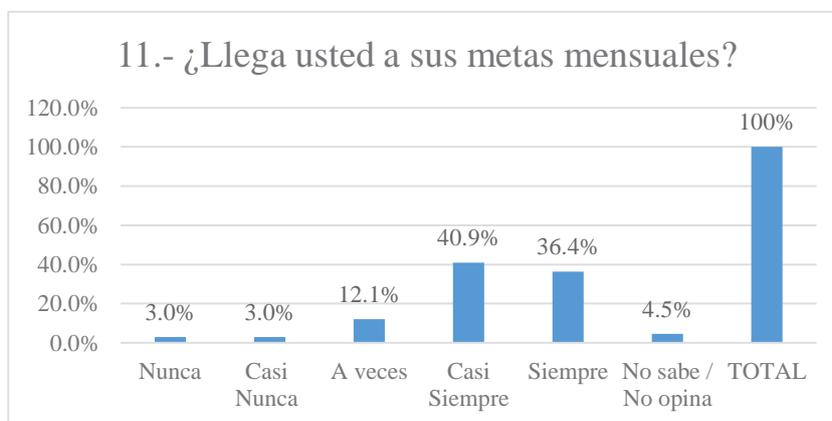
contraposición con la tabla N° 9 en la que indica que existe trabajo en equipo y de forma colaborativa, sin embargo, el 40.9% indica que son las funciones uno de los problemas que afectan el clima laboral.

*Tabla 16*  
¿Llega usted a sus metas mensuales?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 2          | 3.0%       |
| Casi Nunca         | 2          | 3.0%       |
| A veces            | 8          | 12.1%      |
| Casi Siempre       | 27         | 40.9%      |
| Siempre            | 24         | 36.4%      |
| No sabe / No opina | 3          | 4.5%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura 12*  
¿Llega usted a sus metas mensuales?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

Nos muestra la figura 12 que un alto porcentaje de aproximadamente 77% siempre llega a sus metas mensuales, entretanto menos del 10% dice que nunca. Concluyendo los colaboradores de la UGEL Canchis llegan a sus metas mensuales.

Tabla 17

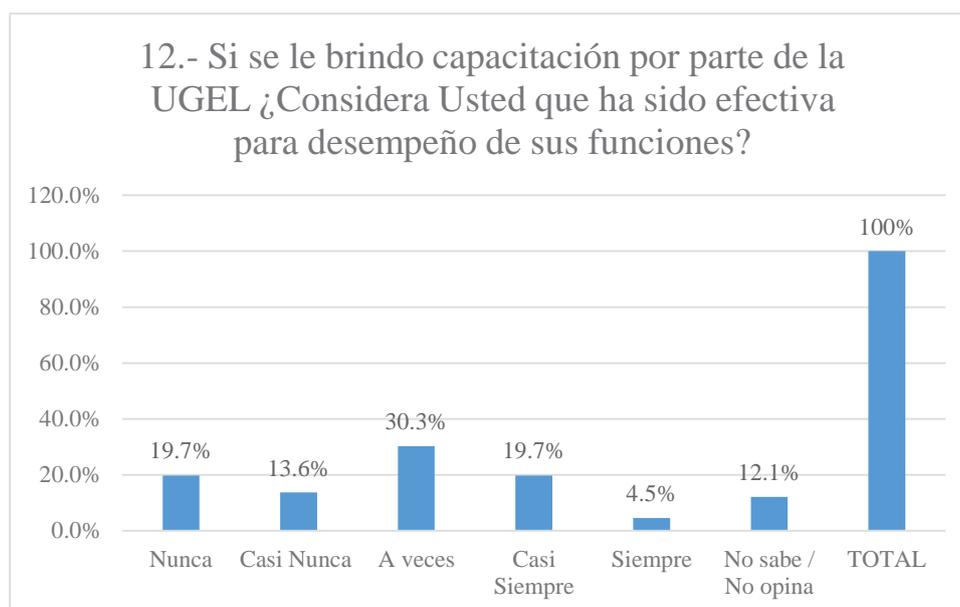
Si se le brindo capacitación por parte de la UGEL ¿Considera Usted que ha sido efectiva para desempeño de sus funciones?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 13         | 19.7%      |
| Casi Nunca         | 9          | 13.6%      |
| A veces            | 20         | 30.3%      |
| Casi Siempre       | 13         | 19.7%      |
| Siempre            | 3          | 4.5%       |
| No sabe / No opina | 8          | 12.1%      |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

Figura 13

Si se le brindo capacitación por parte de la UGEL ¿Considera Usted que ha sido efectiva para desempeño de sus funciones?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### Interpretación:

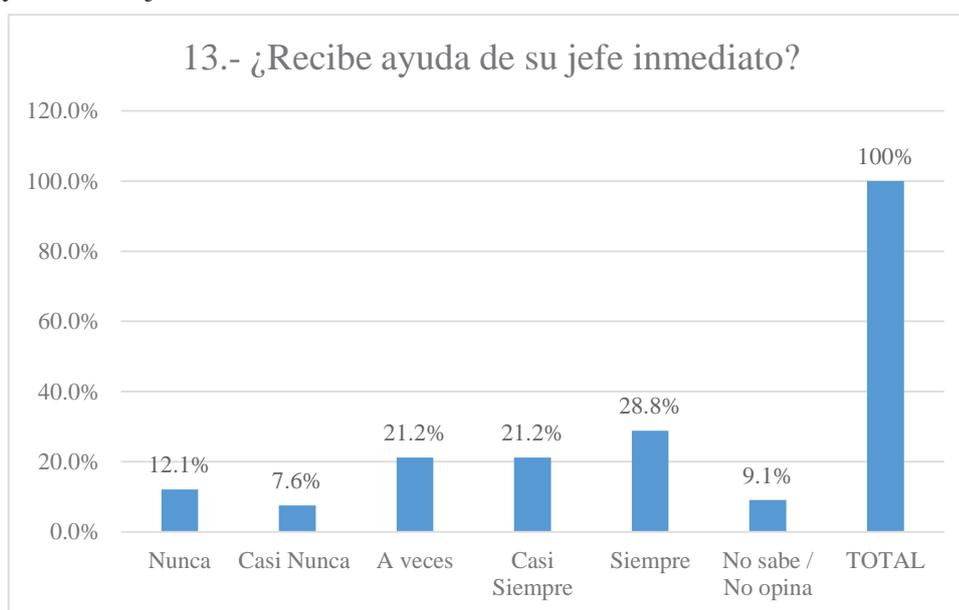
La figura 13 nos muestra que el 30,3% indica que a veces siguiéndole el porcentaje de nunca y casi nunca que suman 33,3% y siempre y casi siempre que suman 24,2%. Concluyendo que las capacitaciones por parte de la UGEL no han sido efectivas para el desempeño de las funciones de sus colaboradores, se debe realizar capacitaciones al personal de manera más seguida en la que se incluya las funciones de las diferentes áreas.

*Tabla 18*  
¿Recibe ayuda de su jefe inmediato?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 8          | 12.1%      |
| Casi Nunca         | 5          | 7.6%       |
| A veces            | 14         | 21.2%      |
| Casi Siempre       | 14         | 21.2%      |
| Siempre            | 19         | 28.8%      |
| No sabe / No opina | 6          | 9.1%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura 14*  
¿Recibe ayuda de su jefe inmediato?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

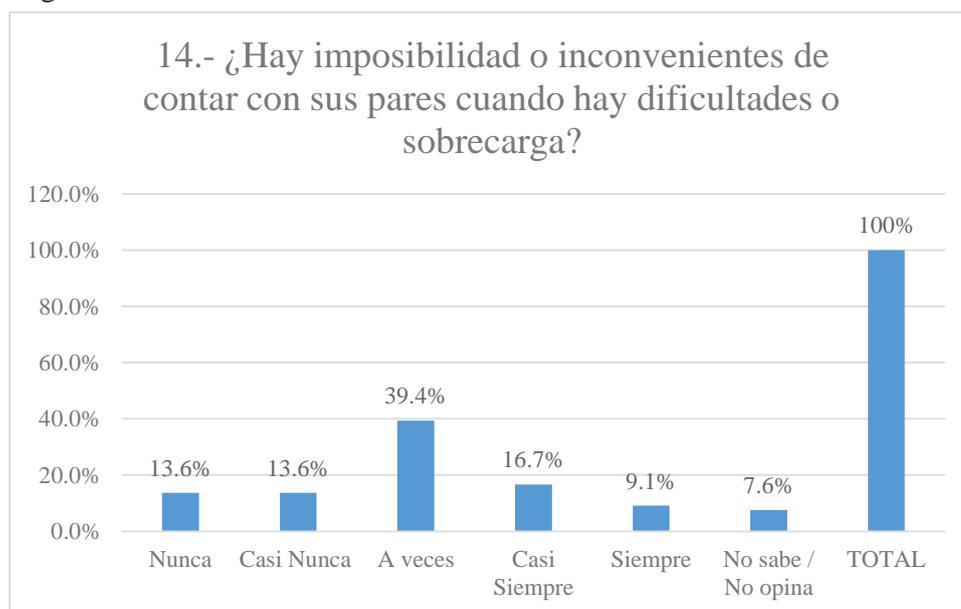
Como se observa en la figura 14, un porcentaje de 50% indica que siempre y casi siempre recibe ayuda de su jefe inmediato, mientras que el porcentaje de nunca es menor a 20%. Por lo que se concluye que en la UGEL Canchis sí existe respaldo por los jefes en caso de conflicto por los colaboradores.

*Tabla 19*  
¿Hay imposibilidad o inconvenientes de contar con sus pares cuando hay dificultades o sobrecarga?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 9          | 13.6%      |
| Casi Nunca         | 9          | 13.6%      |
| A veces            | 26         | 39.4%      |
| Casi Siempre       | 11         | 16.7%      |
| Siempre            | 6          | 9.1%       |
| No sabe / No opina | 5          | 7.6%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura 15*  
¿Hay imposibilidad o inconvenientes de contar con sus pares cuando hay dificultades o sobrecarga?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

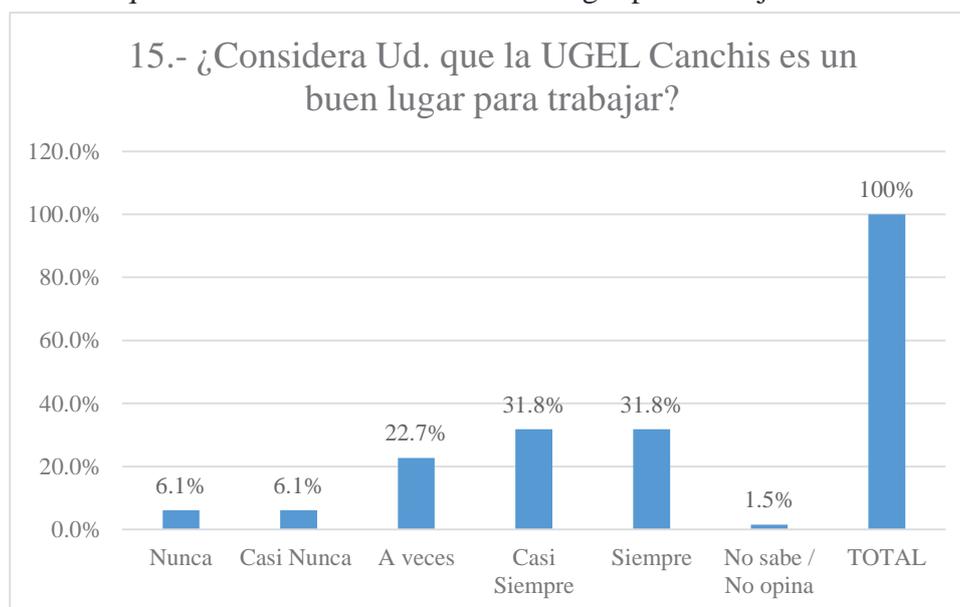
Se puede observar en la figura 15 que el 39.4% indica que a veces tiene imposibilidad de contar con sus pares cuando hay dificultades o sobrecarga, siguiéndole el porcentaje de 25.8% que indica que siempre o casi siempre tiene esta dificultad. Concluyendo que en su mayoría los colaboradores sienten que no pueden contar con sus pares cuando existe dificultades y sobrecarga.

*Tabla 20*  
¿Considera Ud. que la UGEL Canchis es un buen lugar para trabajar?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 4          | 6.1%       |
| Casi Nunca         | 4          | 6.1%       |
| A veces            | 15         | 22.7%      |
| Casi Siempre       | 21         | 31.8%      |
| Siempre            | 21         | 31.8%      |
| No sabe / No opina | 1          | 1.5%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura 16*  
¿Considera Ud. que la UGEL Canchis es un buen lugar para trabajar?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

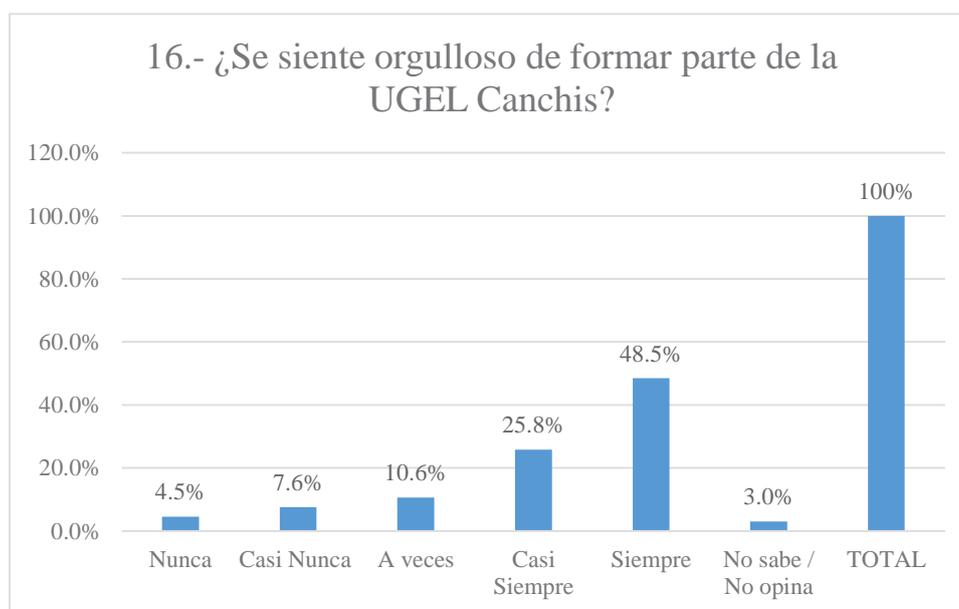
De la figura 16 se obtiene que casi un 64% de los encuestados dicen que siempre y casi siempre consideran que la UGEL Canchis es un buen lugar para trabajar, un 22.7% indican que a veces y un porcentaje mínimo es el que dice que nunca. Llegando a la conclusión de que en su mayoría los colaboradores se sienten la UGEL Canchis es un buen lugar para trabajar.

*Tabla 21*  
 ¿Se siente orgulloso de formar parte de la UGEL Canchis?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 3          | 4.5%       |
| Casi Nunca         | 5          | 7.6%       |
| A veces            | 7          | 10.6%      |
| Casi Siempre       | 17         | 25.8%      |
| Siempre            | 32         | 48.5%      |
| No sabe / No opina | 2          | 3.0%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura 17*  
 ¿Se siente orgulloso de formar parte de la UGEL Canchis?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

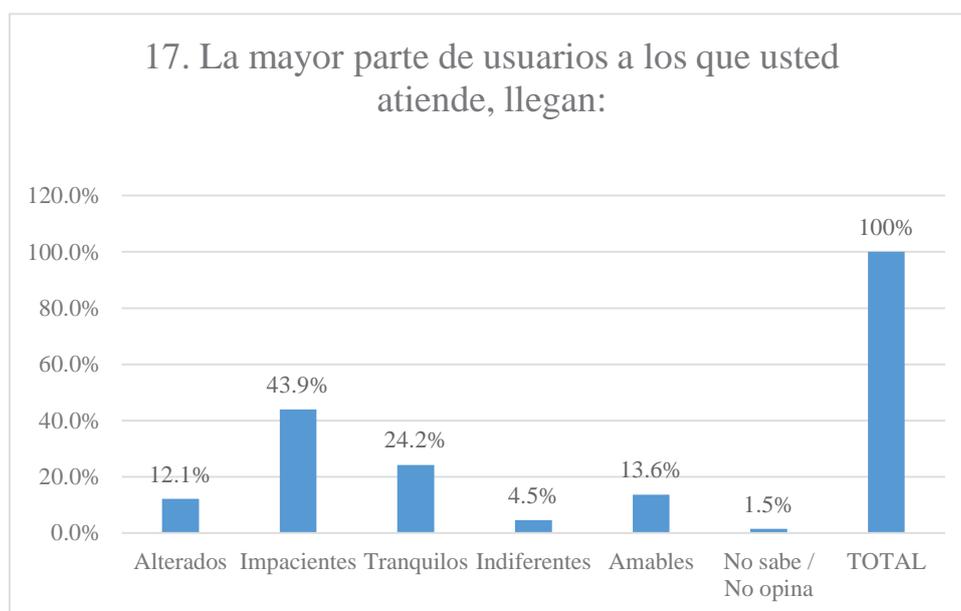
Un alto porcentaje de casi 75% nos indica en la figura 17 que siempre y casi siempre se siente orgulloso de formar parte de la UGEL Canchis. Por lo que se concluye que la mayor parte de los colaboradores se sienten orgullosos de formar parte de la UGEL Canchis esto indica que el grado de satisfacción de pertenecer al equipo de la UGEL Canchis, teniendo una motivación intrínseca para el desarrollo de su trabajo.

*Tabla 22*  
La mayor parte de usuarios a los que usted atiende, llegan:

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Alterados          | 8          | 12.1%      |
| Impacientes        | 29         | 43.9%      |
| Tranquilos         | 16         | 24.2%      |
| Indiferentes       | 3          | 4.5%       |
| Amables            | 9          | 13.6%      |
| No sabe / No opina | 1          | 1.5%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura 18*  
La mayor parte de usuarios a los que usted atiende, llegan:



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

La figura 18 nos muestra que el 43.9% de los usuarios llegan impacientes, el 24.2% tranquilos, el 13.6% amables, el 12.1% alterados, mientras que el 1.5% no sabe no opina, llegando a la conclusión que en su mayoría el estado anímico de los usuarios es impaciente y alterado.

*Tabla 23*

Cuando los usuarios se retiran, luego de ser atendidos, se ven:

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Agradecidos        | 50         | 75.8%      |
| Molestos           | 2          | 3.0%       |
| Inconformes        | 4          | 6.1%       |
| Indiferentes       | 3          | 4.5%       |
| Entusiastas        | 6          | 9.1%       |
| No sabe / No opina | 1          | 1.5%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura 19*

Cuando los usuarios se retiran, luego de ser atendidos, se ven:



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

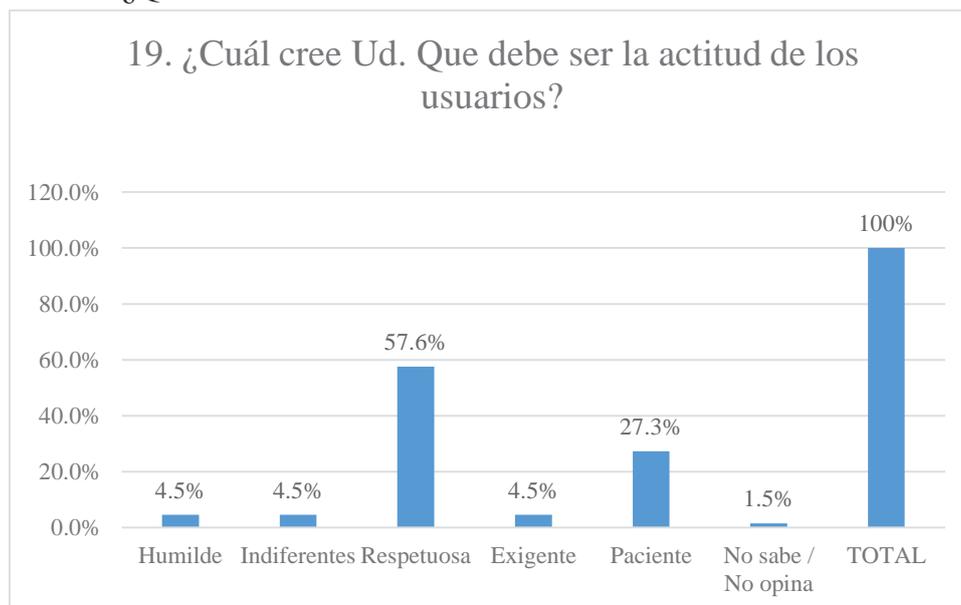
En la figura 19 claramente identificamos que el 75.8% de los usuarios se retiran agradecidos según la percepción de los colaboradores, el 9.1% entusiastas, 6.1% inconformes, 4.5% indiferentes y 3.0% molestos, concluyendo así que desde el punto de vista del colaborador el usuario se muestra agradecido con la atención brindada.

*Tabla 24*  
¿Cuál cree Ud. ¿Que debe ser la actitud de los usuarios?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Humilde            | 3          | 4.5%       |
| Indiferentes       | 3          | 4.5%       |
| Respetuosa         | 38         | 57.6%      |
| Exigente           | 3          | 4.5%       |
| Paciente           | 18         | 27.3%      |
| No sabe / No opina | 1          | 1.5%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Gráfico 20*  
¿Cuál cree Ud. ¿Que debe ser la actitud de los usuarios?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

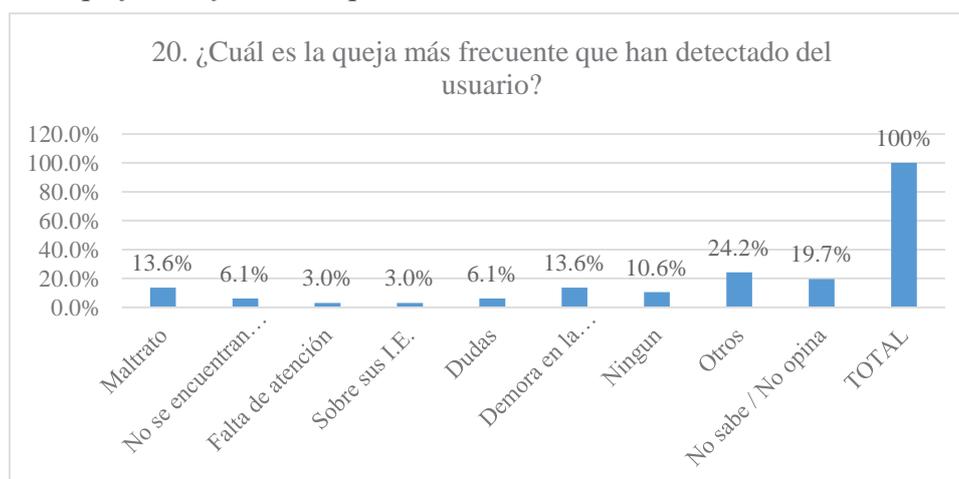
En la figura 20 podemos observar que el 57.6% considera que la actitud del usuario debería de ser respetuosa, un 27.3% que debería de ser paciente, 4.5% humilde, 4.5% indiferente, 4.5% exigente. Llegando a la conclusión que en su mayoría los colaboradores de la UGEL Canchis quieren una actitud respetuosa y paciente por parte del usuario.

*Tabla 25*  
¿Cuál es la queja más frecuente que han detectado del usuario?

|                               | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|------------|
| Maltrato                      | 9          | 13.6%      |
| No se encuentran en su puesto | 4          | 6.1%       |
| Falta de atención             | 2          | 3.0%       |
| Sobre sus I.E.                | 2          | 3.0%       |
| Deudas                        | 4          | 6.1%       |
| Demora en la atención         | 9          | 13.6%      |
| Ninguna                       | 7          | 10.6%      |
| Otros                         | 16         | 24.2%      |
| No sabe / No opina            | 13         | 19.7%      |
| TOTAL                         | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura 21*  
¿Cuál es la queja más frecuente que han detectado del usuario?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

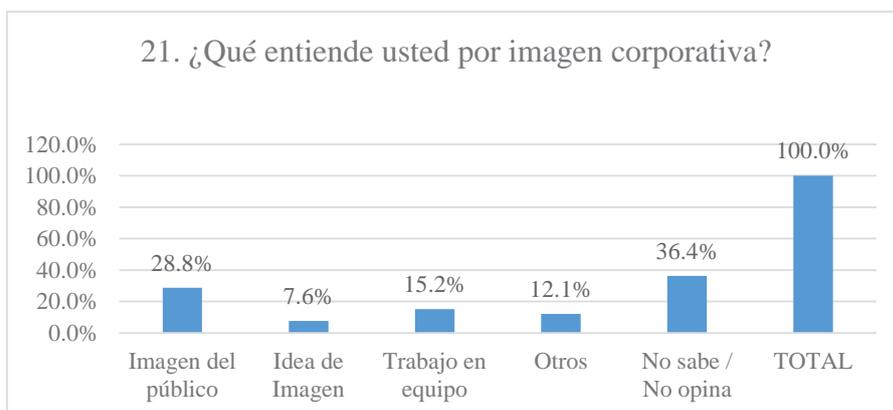
En la figura se detecta que las quejas del usuario más frecuentes identificadas por los colaboradores de la UGEL Canchis, han sido 13.6% maltrato en la atención, 13.6% demora en la atención, 10.6% ninguna queja, 6.1% que los colaboradores no se encuentran en su puesto de trabajo, 6.1% deudas, 3.0% falta de atención, 3.0% sobre sus propias instituciones educativas, un alto porcentaje de 24.2% da a conocer otro tipo de quejas, mientras que 19.7% no sabe, no opina. Concluyendo que un alto porcentaje es el que detecta que la más grande queja por parte del usuario es respecto a la atención recibida.

*Tabla 26*  
¿Qué entiende usted por imagen corporativa?

|                    | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------------|------------|---------------|
| Imagen del público | 19         | 28.8%         |
| Idea de Imagen     | 5          | 7.6%          |
| Trabajo en equipo  | 10         | 15.2%         |
| Otros              | 8          | 12.1%         |
| No sabe / No opina | 24         | 36.4%         |
| <b>TOTAL</b>       | <b>66</b>  | <b>100.0%</b> |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura 22*  
¿Qué entiende usted por imagen corporativa?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

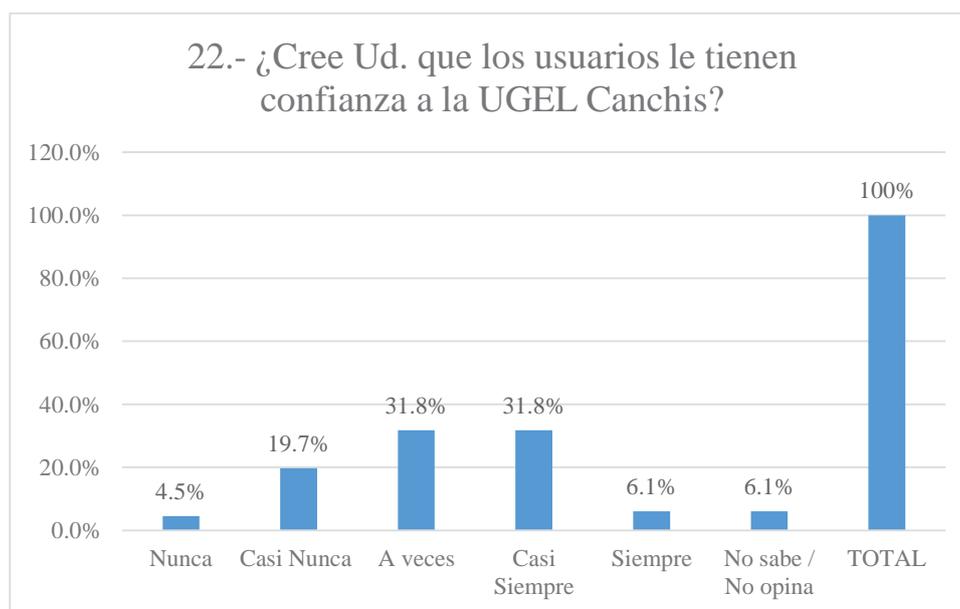
La figura 22 nos muestra el concepto que tienen los colaboradores de la UGEL Canchis de la UGEL Canchis, el 36.4% no sabe / no opina, el 28.8% dice que es la imagen del público, el 15.2% dice que es el trabajo en equipo, un 12.1% da otros conceptos. Concluyendo que en su mayoría los colaboradores tienen idea del concepto que nuestros autores nos dan de imagen corporativa.

*Tabla 27*  
¿Cree Ud. que los usuarios le tienen confianza a la UGEL Canchis?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 3          | 4.5%       |
| Casi Nunca         | 13         | 19.7%      |
| A veces            | 21         | 31.8%      |
| Casi Siempre       | 21         | 31.8%      |
| Siempre            | 4          | 6.1%       |
| No sabe / No opina | 4          | 6.1%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura 23*  
¿Cree Ud. que los usuarios le tienen confianza a la UGEL Canchis?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

En la figura 23 observamos que 31.8% y 6.1% indican que siempre y casi siempre los usuarios le tienen confianza a la UGEL Canchis, mientras que el 31.8% dice que a veces, el 19.7% y el 4.5% dicen que casi nunca y nunca. Concluyendo de esta manera que en su mayoría tiene la percepción de que el usuario le tiene confianza a la UGEL Canchis.

Tabla 28

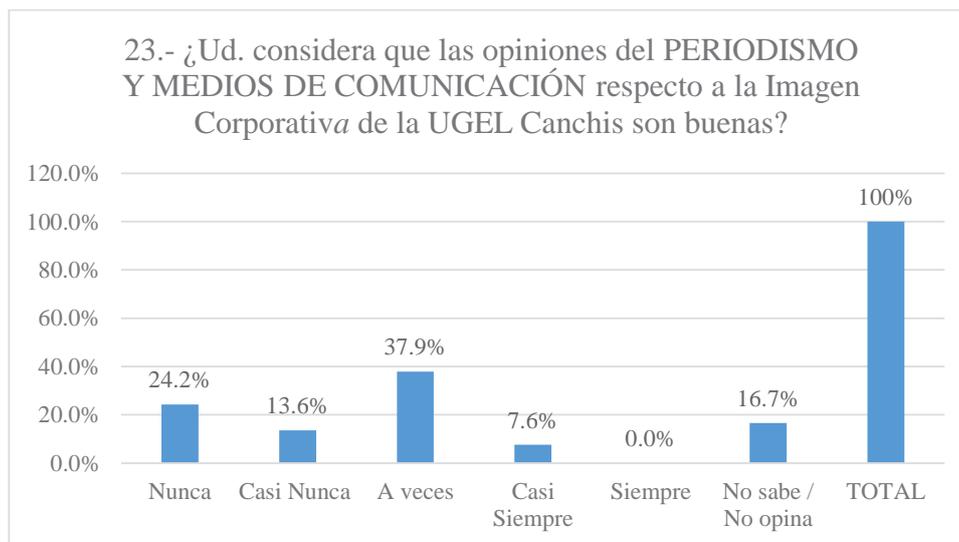
¿Ud. considera que las opiniones del PERIODISMO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN respecto a la Imagen Corporativa de la UGEL Canchis son buenas?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 16         | 24.2%      |
| Casi Nunca         | 9          | 13.6%      |
| A veces            | 25         | 37.9%      |
| Casi Siempre       | 5          | 7.6%       |
| Siempre            | 0          | 0.0%       |
| No sabe / No opina | 11         | 16.7%      |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

Figura 24

¿Ud. considera que las opiniones del PERIODISMO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN respecto a la Imagen Corporativa de la UGEL Canchis son buenas?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### Interpretación:

La figura 24 nos muestra que 37.9% opinan que a veces las opiniones del periodismo y medios de comunicación son buenas respecto a la imagen corporativa de la UGEL Canchis, siguiéndole un porcentaje de casi 38% que indica que nunca y casi nunca lo considera, solo un 7.6% considera que casi siempre, mientras que un 16.7% no sabe / no opina. Concluyendo que en su mayoría los colaboradores no consideran que las opiniones del periodismo y medios de comunicación son buenas respecto a la imagen corporativa de la UGEL Canchis.

Tabla 29

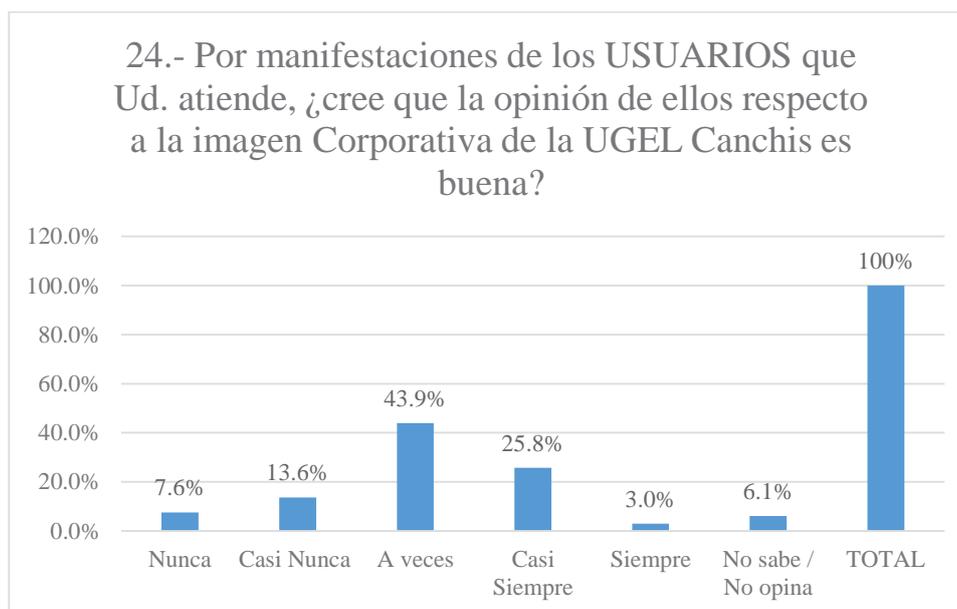
Por manifestaciones de los USUARIOS que Ud. atiende, ¿cree que la opinión de ellos respecto a la imagen Corporativa de la UGEL Canchis es buena?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 5          | 7.6%       |
| Casi Nunca         | 9          | 13.6%      |
| A veces            | 29         | 43.9%      |
| Casi Siempre       | 17         | 25.8%      |
| Siempre            | 2          | 3.0%       |
| No sabe / No opina | 4          | 6.1%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

Figura 25

Por manifestaciones de los USUARIOS que Ud. atiende, ¿cree que la opinión de ellos respecto a la imagen Corporativa l de la UGEL Canchis es buena?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### Interpretación:

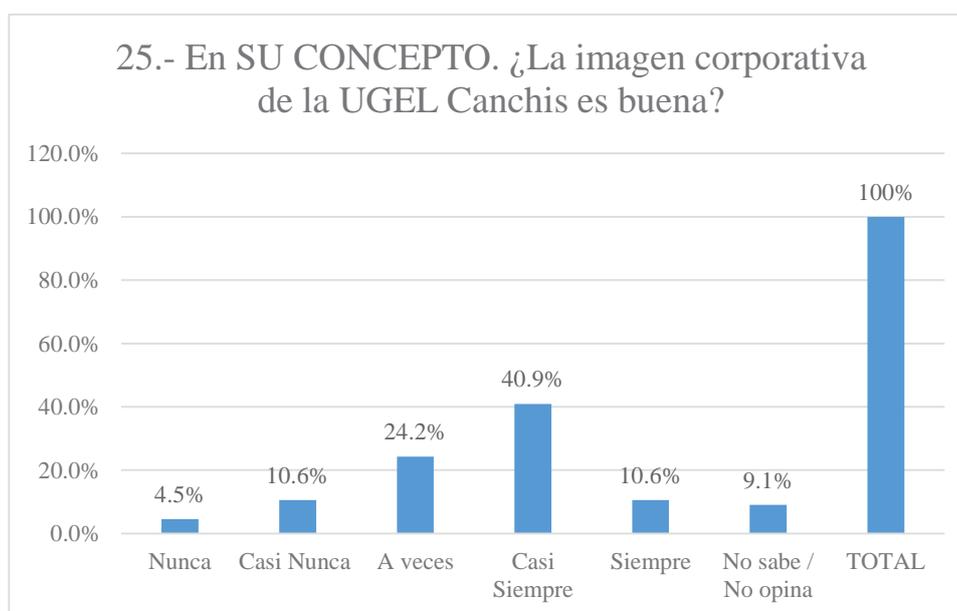
En la figura 25 observamos que el 43.9% a veces considera que por manifestaciones de los usuarios que atiende cree que la opinión que tienen de la imagen corporativa de la UGEL Canchis es buena, siguiéndole el porcentaje de casi 29% que indica que siempre y casi siempre, y un 21% que nunca y casi nunca. Concluyendo que en su mayoría perciben que por manifestaciones de los usuarios que atiende cree que la opinión que tienen de la imagen corporativa de la UGEL Canchis es buena.

*Tabla 30*  
En SU CONCEPTO. ¿La imagen corporativa de la UGEL Canchis es buena?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 3          | 4.5%       |
| Casi Nunca         | 7          | 10.6%      |
| A veces            | 16         | 24.2%      |
| Casi Siempre       | 27         | 40.9%      |
| Siempre            | 7          | 10.6%      |
| No sabe / No opina | 6          | 9.1%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura 26*  
En SU CONCEPTO. ¿La imagen corporativa de la UGEL Canchis es buena?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

Podemos observar en la figura 26 que aproximadamente un 51% indica que siempre y casi siempre tiene el concepto de que la imagen corporativa de la UGEL Canchis es buena, mientras que 24.2% dice que a veces y así un 15% que siempre y casi siempre. Llegando a la conclusión que los colaboradores de la UGEL Canchis tienen una buena imagen corporativa de la institución.

Tabla 31

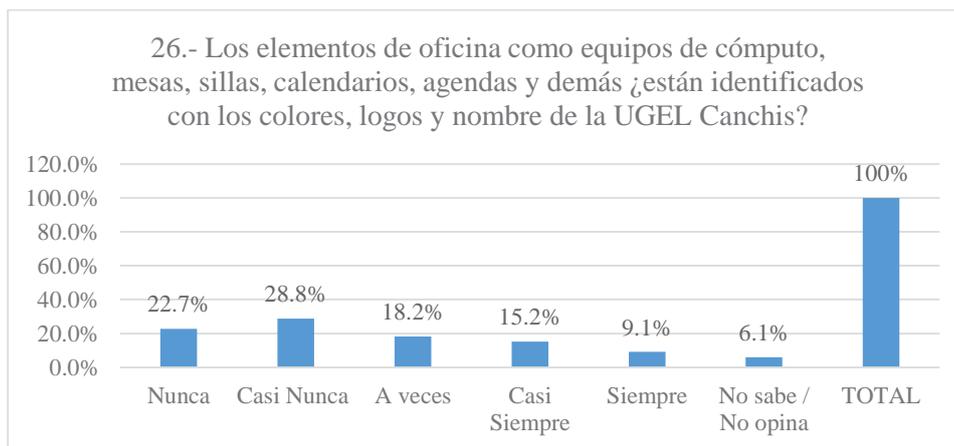
Los elementos de oficina como equipos de cómputo, mesas, sillas, calendarios, agendas y demás ¿están identificados con los colores, logos y nombre de la UGEL Canchis?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 15         | 22.7%      |
| Casi Nunca         | 19         | 28.8%      |
| A veces            | 12         | 18.2%      |
| Casi Siempre       | 10         | 15.2%      |
| Siempre            | 6          | 9.1%       |
| No sabe / No opina | 4          | 6.1%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

Figura 27

Los elementos de oficina como equipos de cómputo, mesas, sillas, calendarios, agendas y demás ¿están identificados con los colores, logos y nombre de la UGEL Canchis?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### Interpretación:

Obtenemos de la figura 27 que el 28.8% indica que casi nunca, el 22.7% que nunca, el 18.2% que a veces, el 15.2% que casi siempre y el 9.1% que siempre mientras que el 6.1%. Concluyendo que en su mayoría los elementos de oficina como equipos de cómputo, mesas, sillas, calendarios, agendas y demás no están identificados con los colores, logos y nombre de la UGEL Canchis

Tabla 32

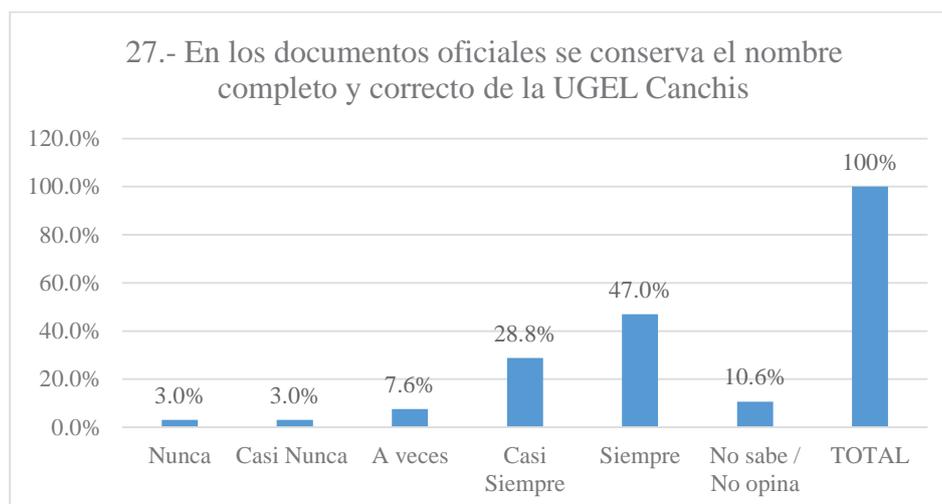
En los documentos oficiales se conserva el nombre completo y correcto de la UGEL Canchis

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 2          | 3.0%       |
| Casi Nunca         | 2          | 3.0%       |
| A veces            | 5          | 7.6%       |
| Casi Siempre       | 19         | 28.8%      |
| Siempre            | 31         | 47.0%      |
| No sabe / No opina | 7          | 10.6%      |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

Figura 28

En los documentos oficiales se conserva el nombre completo y correcto de la UGEL Canchis



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### Interpretación:

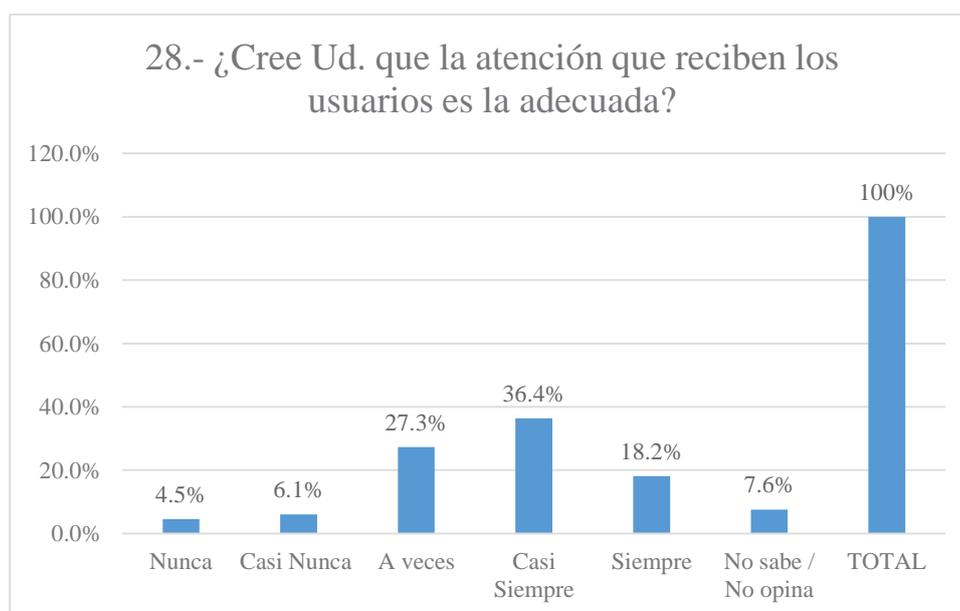
La figura 28 nos demuestra que el 47% siempre, 28.8% casi siempre, 7.6% a veces y 6% nunca y casi nunca los documentos oficiales conservan el nombre completo y correcto de la UGEL Canchis. Concluyendo que en su mayoría si se tiene buena identidad en los documentos oficiales.

*Tabla 33*  
¿Cree Ud. que la atención que reciben los usuarios es la adecuada?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 3          | 4.5%       |
| Casi Nunca         | 4          | 6.1%       |
| A veces            | 18         | 27.3%      |
| Casi Siempre       | 24         | 36.4%      |
| Siempre            | 12         | 18.2%      |
| No sabe / No opina | 5          | 7.6%       |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

*Figura 29*  
¿Cree Ud. que la atención que reciben los usuarios es la adecuada?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

En la figura 29 se observa que el mayor porcentaje de casi 55% indica que siempre y casi siempre el trato brindado al usuario es el correcto, mientras que 27.3 considera que a veces y apenas un casi 11% indica que nunca y casi nunca, Por lo que concluimos que desde la percepción del colaborador la atención brindada al usuario es la correcta.

Tabla 34

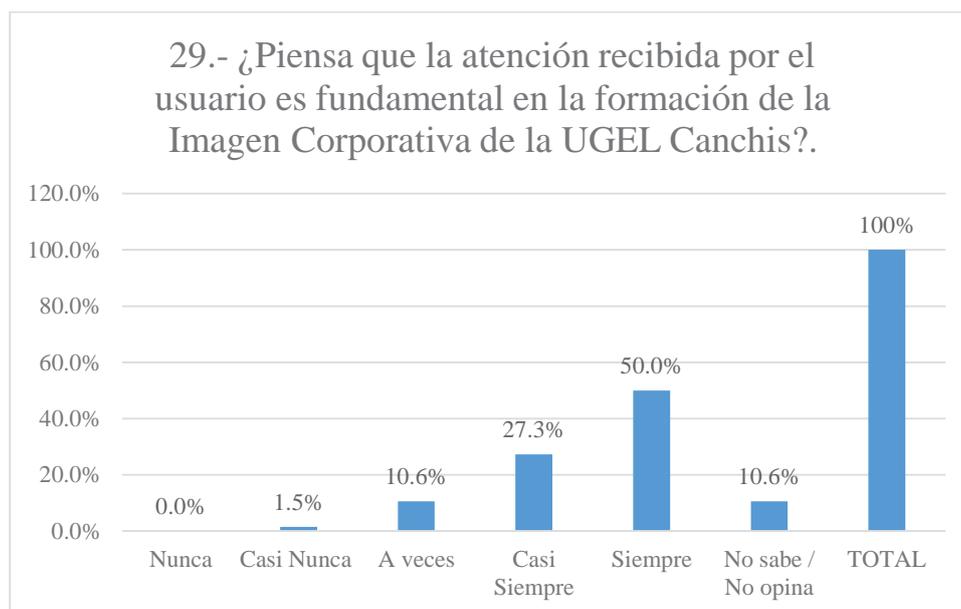
¿Piensa que la atención recibida por el usuario es fundamental en la formación de la Imagen Corporativa de la UGEL Canchis?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 0          | 0.0%       |
| Casi Nunca         | 1          | 1.5%       |
| A veces            | 7          | 10.6%      |
| Casi Siempre       | 18         | 27.3%      |
| Siempre            | 33         | 50.0%      |
| No sabe / No opina | 7          | 10.6%      |
| TOTAL              | 66         | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

Figura 30

¿Piensa que la atención recibida por el usuario es fundamental en la formación de la Imagen Corporativa de la UGEL Canchis?



Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores de la UGEL Canchis

### Interpretación:

En la figura 30 podemos observar que un alto porcentaje de 77.3% indica que siempre y casi siempre la atención es fundamental en la formación de la Imagen Corporativa de la UGEL Canchis, mientras que el 10.6% indica que a veces y el 1.5% que casi nunca. Concluyendo que la atención es fundamental para la formación de la imagen corporativa.

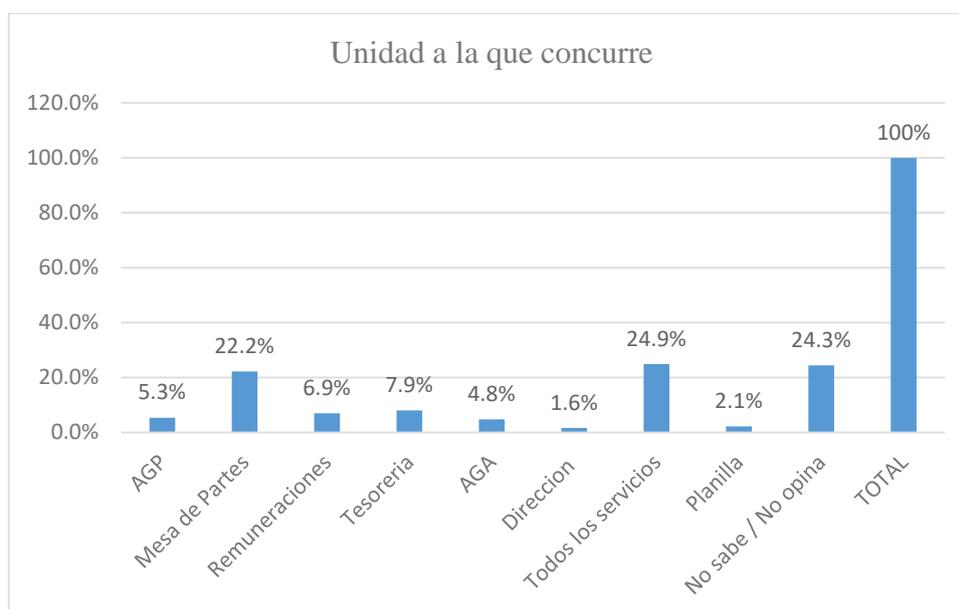
## Usuarios

*Tabla 35*  
Unidad a la que concurre

|                     | Frecuencia | Porcentaje  |
|---------------------|------------|-------------|
| AGP                 | 10         | 5.3%        |
| Mesa de Partes      | 42         | 22.2%       |
| Remuneraciones      | 13         | 6.9%        |
| Tesorería           | 15         | 7.9%        |
| AGA                 | 9          | 4.8%        |
| Dirección           | 3          | 1.6%        |
| Todos los servicios | 47         | 24.9%       |
| Planilla            | 4          | 2.1%        |
| No sabe / No opina  | 46         | 24.3%       |
| <b>TOTAL</b>        | <b>189</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

*Figura 31*  
Unidad a la que concurre



Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

### Interpretación:

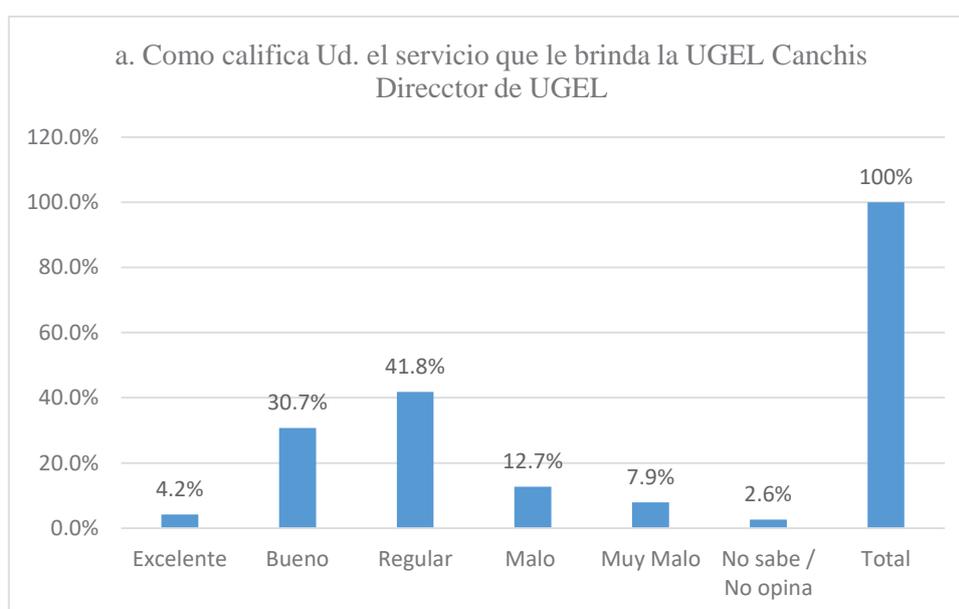
En la figura N° 32 por conveniencia a la investigación, se determinó segmentar a la población en relación al servicio al que más concurre, determinando que la mayoría con casi un 50% va a todos los servicios y a Mesa de partes de la UGEL Canchis

*Tabla 36*  
Como califica Ud. el servicio que le brinda la UGEL Canchis: Director

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Excelente          | 8          | 4.2%       |
| Bueno              | 58         | 30.7%      |
| Regular            | 79         | 41.8%      |
| Malo               | 24         | 12.7%      |
| Muy Malo           | 15         | 7.9%       |
| No sabe / No opina | 5          | 2.6%       |
| Total              | 189        | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

*Figura 32*  
Como califica Ud. el servicio que le brinda la UGEL Canchis: Director



Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

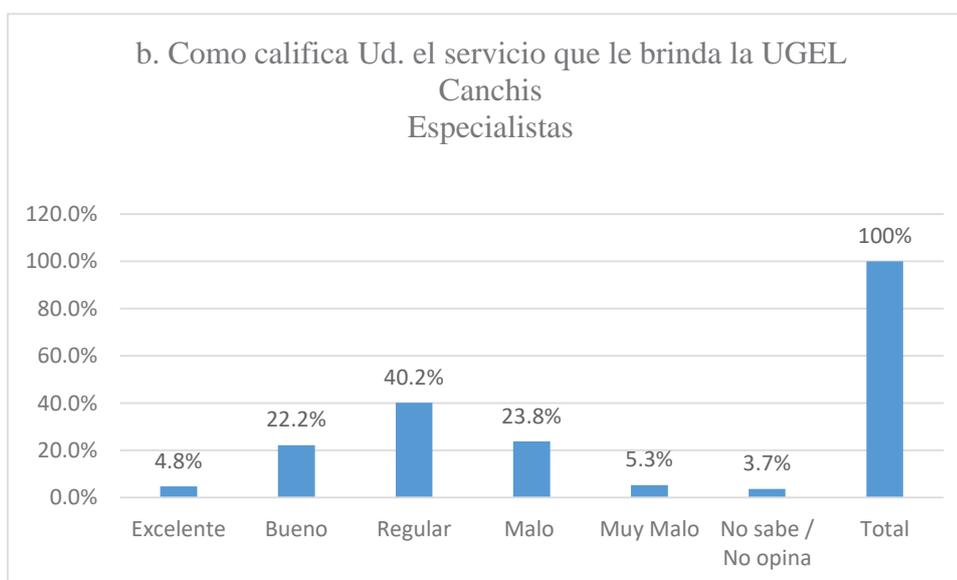
En la figura 31 se observa que el 41.8% considera regular, el 30.7% bueno, 12.7% malo, 7.9% muy malo, 4.2% excelente y 2.6% no sabe no opina el servicio que brinda el director de la UGEL Canchis. Concluyendo que el por la comparación de porcentajes la atención del director es de regular a buena.

*Tabla 37*  
*Como califica Ud. el servicio que le brinda la UGEL Canchis: Especialistas*

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Excelente          | 9          | 4.8%       |
| Bueno              | 42         | 22.2%      |
| Regular            | 76         | 40.2%      |
| Malo               | 45         | 23.8%      |
| Muy Malo           | 10         | 5.3%       |
| No sabe / No opina | 7          | 3.7%       |
| Total              | 189        | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

*Figura 33*  
*Como califica Ud. el servicio que le brinda la UGEL Canchis: Especialistas*



Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

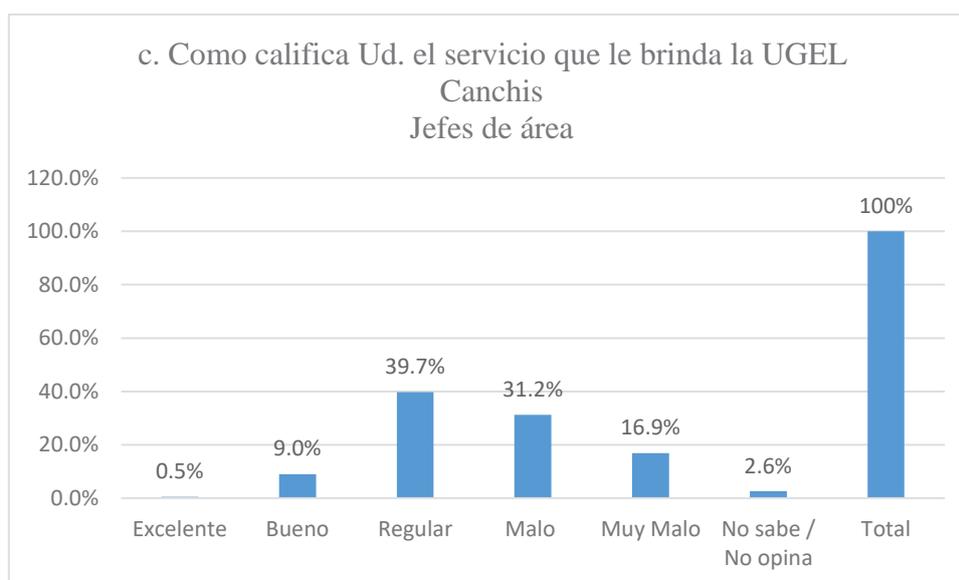
Nos indica la figura 33 que el 40.2% es regular, 23.8% malo, 22.2% bueno 5.3% muy malo, 4.8% excelente y 3.7% no sabe / no opina. Concluyendo que respecto a la calidad del servicio que brindan los especialistas al usuario en la UGEL Canchis va de regular a malo.

*Tabla 38*  
Como califica Ud. el servicio que le brinda la UGEL Canchis: Jefes de área

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Excelente          | 1          | 0.5%       |
| Bueno              | 17         | 9.0%       |
| Regular            | 75         | 39.7%      |
| Malo               | 59         | 31.2%      |
| Muy Malo           | 32         | 16.9%      |
| No sabe / No opina | 5          | 2.6%       |
| Total              | 189        | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

*Figura 34*  
Como califica Ud. el servicio que le brinda la UGEL Canchis: Jefes de área



Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

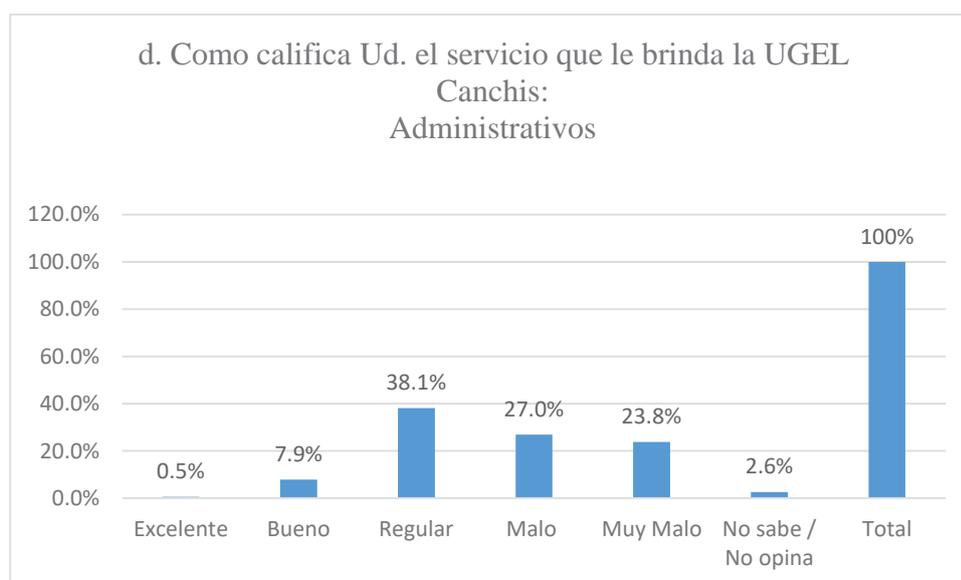
Como podemos observar en la figura 39.7% califica de regular el servicio que brindan los jefes de área en la UGEL Canchis, el 31.2% como malo, el 16.9% muy malo, 9.0% bueno y 2.6% no sabe no opina. Concluyendo por la sumatoria de porcentajes que el servicio que brindan los jefes de área es malo.

*Tabla 39*  
Como califica Ud. el servicio que le brinda la UGEL Canchis: Administrativos

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Excelente          | 1          | 0.5%       |
| Bueno              | 15         | 7.9%       |
| Regular            | 72         | 38.1%      |
| Malo               | 51         | 27.0%      |
| Muy Malo           | 45         | 23.8%      |
| No sabe / No opina | 5          | 2.6%       |
| Total              | 189        | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

*Figura 35*  
Como califica Ud. el servicio que le brinda la UGEL Canchis: Administrativos



Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

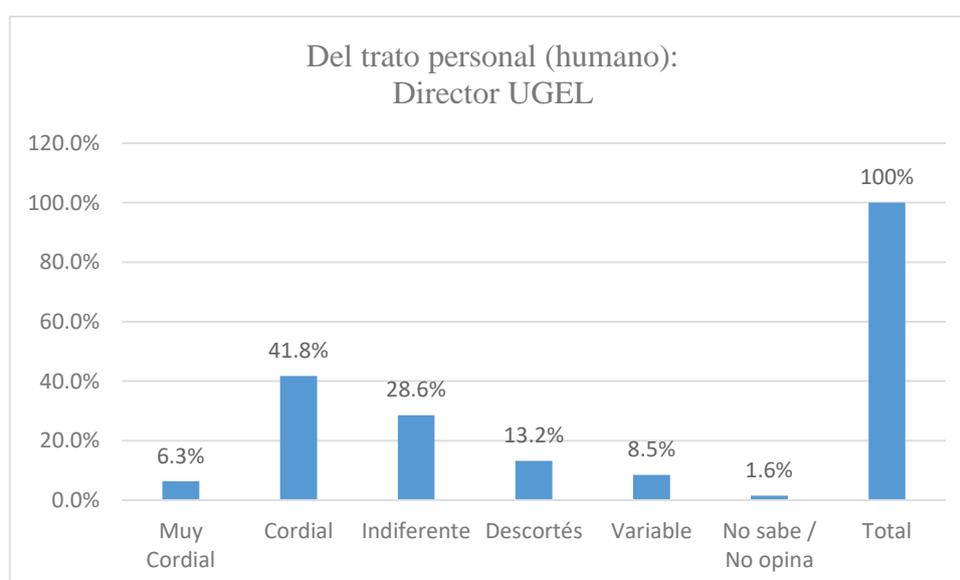
De la figura 35 obtenemos que 38.1% califica como regular, 27.0% como malo, 23.8% como muy malo, 7.9% como bueno, 0.5% como excelente y 2.6% no sabe / no opina. Llegando a la conclusión que el servicio que brindan los administrativos de la UGEL es malo.

*Tabla 40*  
Del trato personal (humano): Director UGEL

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Muy Cordial        | 12         | 6.3%       |
| Cordial            | 79         | 41.8%      |
| Indiferente        | 54         | 28.6%      |
| Descortés          | 25         | 13.2%      |
| Variable           | 16         | 8.5%       |
| No sabe / No opina | 3          | 1.6%       |
| Total              | 189        | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

*Figura 36*  
Del trato personal (humano): Director UGEL



**Interpretación:**

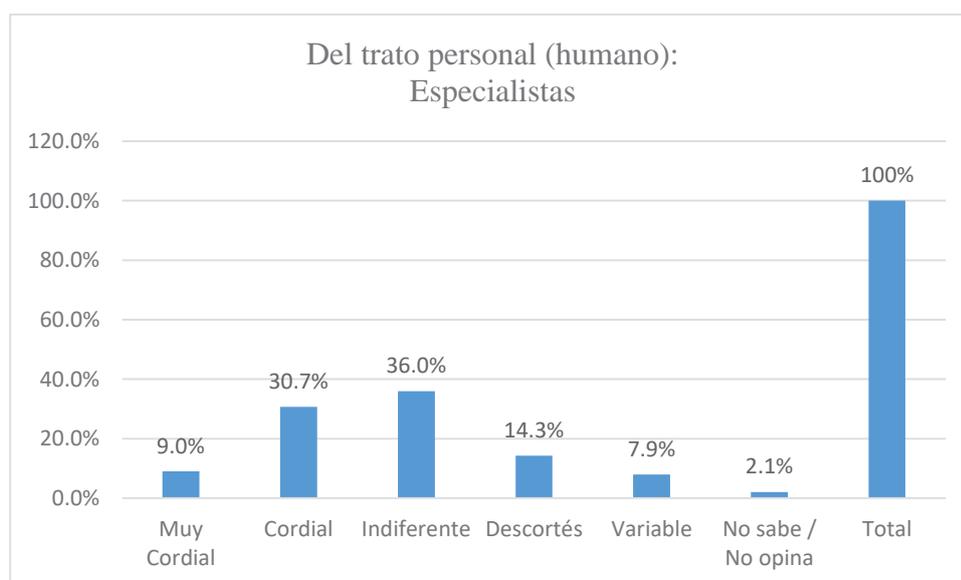
En la figura 36 vemos que el 41.8% indica que el trato humano del director de la UGEL es cordial, el 28.6% es indiferente, 13.2% descortés, 8.5% variable, 6.3% muy cordial y 1.6% no sabe no opina. Concluyendo que el trato humano del director de la UGEL Canchis es cordial.

*Tabla 41*  
Del trato personal (humano): Especialistas

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Muy Cordial        | 17         | 9.0%       |
| Cordial            | 58         | 30.7%      |
| Indiferente        | 68         | 36.0%      |
| Descortés          | 27         | 14.3%      |
| Variable           | 15         | 7.9%       |
| No sabe / No opina | 4          | 2.1%       |
| Total              | 189        | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

*Figura 37*  
Del trato personal (humano): Especialistas



Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

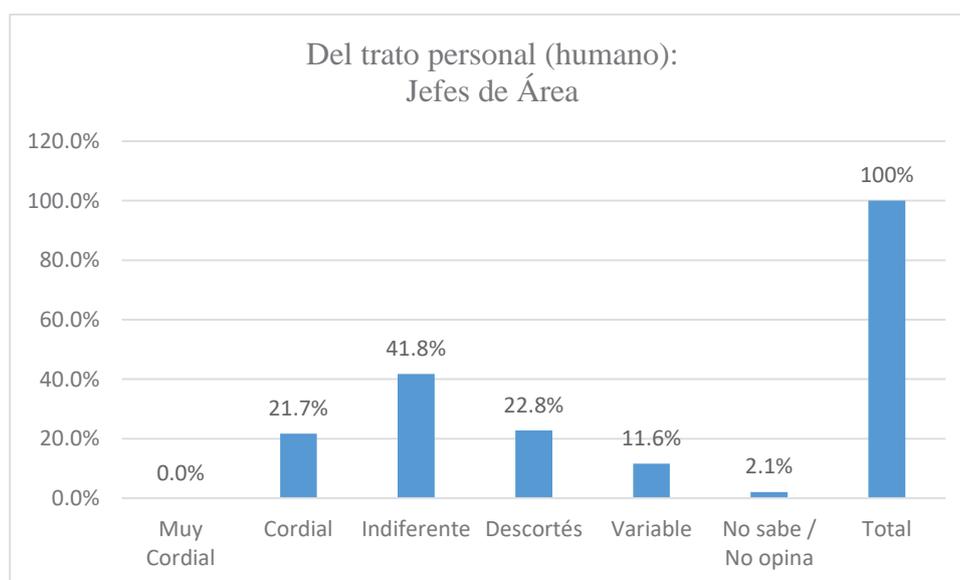
Se observa en la figura 37 que el 36.0% indicó indiferente, 30.7% cordial, 14.3% descortés, 9.0% muy cordial, 7.9% variable, mientras que 2.1% no sabe / no opina. Llegando a la conclusión que haciendo la sumatoria de cordial y muy cordial se obtiene un 39.7%, asumiendo así que el trato humano de los especialistas es cordial.

*Tabla 42*  
Del trato personal (humano): Jefes de Área

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Muy Cordial        | 0          | 0.0%       |
| Cordial            | 41         | 21.7%      |
| Indiferente        | 79         | 41.8%      |
| Descortés          | 43         | 22.8%      |
| Variable           | 22         | 11.6%      |
| No sabe / No opina | 4          | 2.1%       |
| Total              | 189        | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

*Figura 38*  
Del trato personal (humano): Jefes de Área



Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

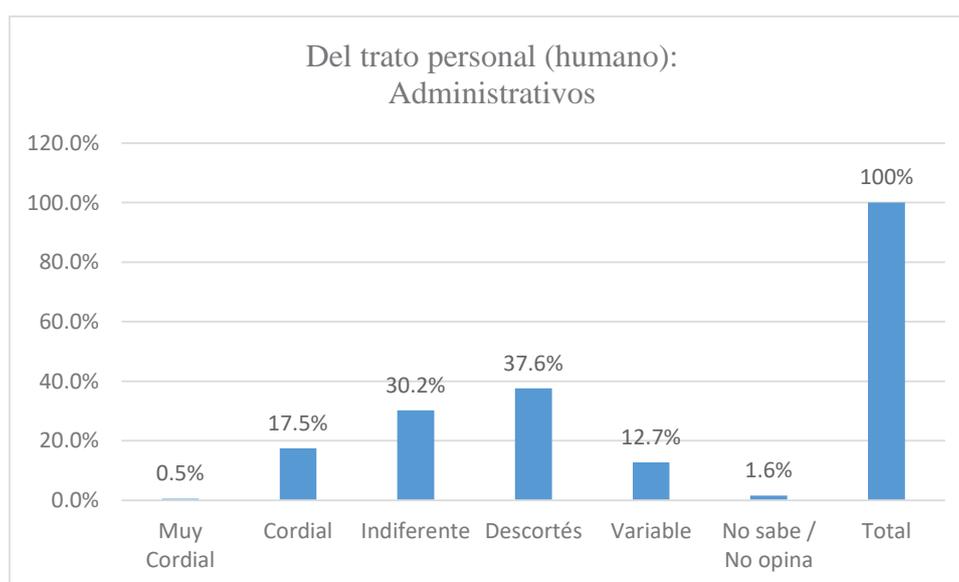
De la figura 38 podemos obtener que 41.8% indica indiferente, 22.8% descortés, 21.7% cordial, 11.6% variable, 2.1% no sabe / no opina. Llegando a la conclusión que el trato humano de los jefes de área de la UGEL Canchis es indiferente.

*Tabla 43*  
Del trato personal (humano): Administrativos

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Muy Cordial        | 1          | 0.5%       |
| Cordial            | 33         | 17.5%      |
| Indiferente        | 57         | 30.2%      |
| Descortés          | 71         | 37.6%      |
| Variable           | 24         | 12.7%      |
| No sabe / No opina | 3          | 1.6%       |
| Total              | 189        | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

*Figura 39*  
Del trato personal (humano): Administrativos



Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

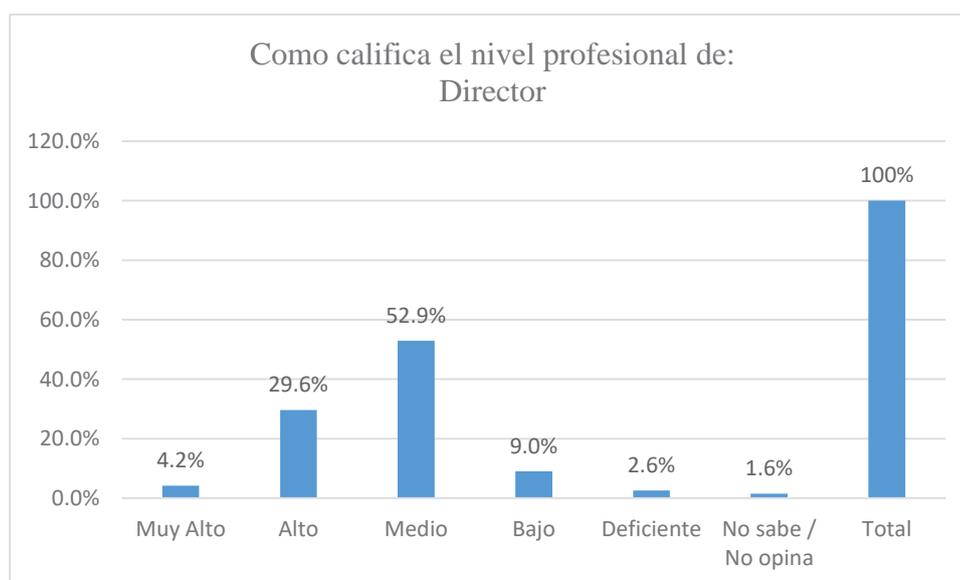
Se puede observar en la figura 39 que el 37.6% indica descortés, 30.2% indiferente, 17.5% cordial, 12.7% variable, 1.6% no sabe / no opina, 0.5% muy cordial. Concluyendo de esta forma que el trato personal de los colaboradores administrativos de la UGEL Canchis es descortés.

*Tabla 44*  
Como califica el nivel profesional de: Director

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Muy Alto           | 8          | 4.2%       |
| Alto               | 56         | 29.6%      |
| Medio              | 100        | 52.9%      |
| Bajo               | 17         | 9.0%       |
| Deficiente         | 5          | 2.6%       |
| No sabe / No opina | 3          | 1.6%       |
| Total              | 189        | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

*Figura 40*  
Como califica el nivel profesional de: Director



Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

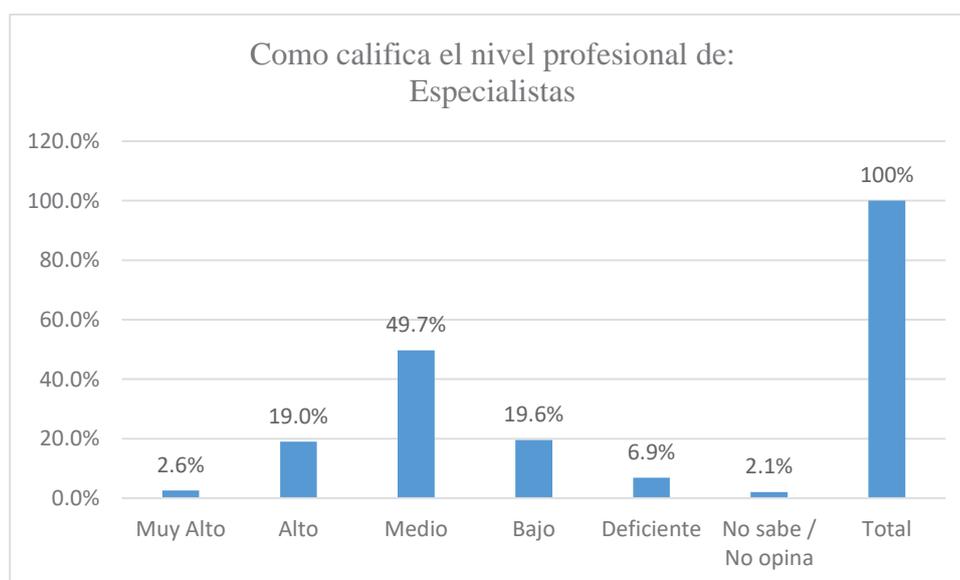
Respecto a al nivel profesional del director de la UGEL Canchis, podemos observar en la figura 40 que el 52.9% indica que es medio, 29.6% alto, 9.0% bajo, 4.2% muy alto, 2.6% deficiente y 1.6% no sabe / no opina. Llegando a la conclusión que el nivel profesional del director de la UGEL Canchis desde la percepción de los usuarios es medio.

*Tabla 45*  
Como califica el nivel profesional de: Especialistas

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Muy Alto           | 5          | 2.6%       |
| Alto               | 36         | 19.0%      |
| Medio              | 94         | 49.7%      |
| Bajo               | 37         | 19.6%      |
| Deficiente         | 13         | 6.9%       |
| No sabe / No opina | 4          | 2.1%       |
| Total              | 189        | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

*Figura 41*  
Como califica el nivel profesional de: Especialistas



Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

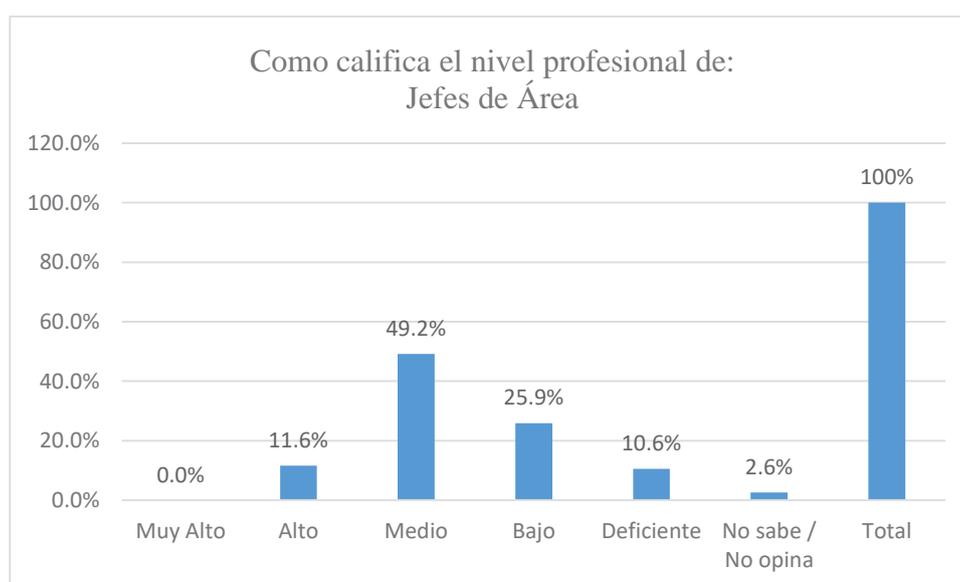
Podemos observar en la figura 41 que nos indican que el nivel profesional de los especialistas de la UGEL Canchis, que el 49.7% indica que es medio, 19.6% bajo, 19.0% alto, 6.1% deficiente, 2.6% muy alto y 2.1% no sabe / no opina. Concluyendo que el nivel profesional de los especialistas de la UGEL Canchis desde la percepción de los usuarios es medio.

*Tabla 46*  
Como califica el nivel profesional de: Jefes de Área

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Muy Alto           | 0          | 0.0%       |
| Alto               | 22         | 11.6%      |
| Medio              | 93         | 49.2%      |
| Bajo               | 49         | 25.9%      |
| Deficiente         | 20         | 10.6%      |
| No sabe / No opina | 5          | 2.6%       |
| Total              | 189        | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

*Figura 42*  
Como califica el nivel profesional de: Jefes de Área



Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

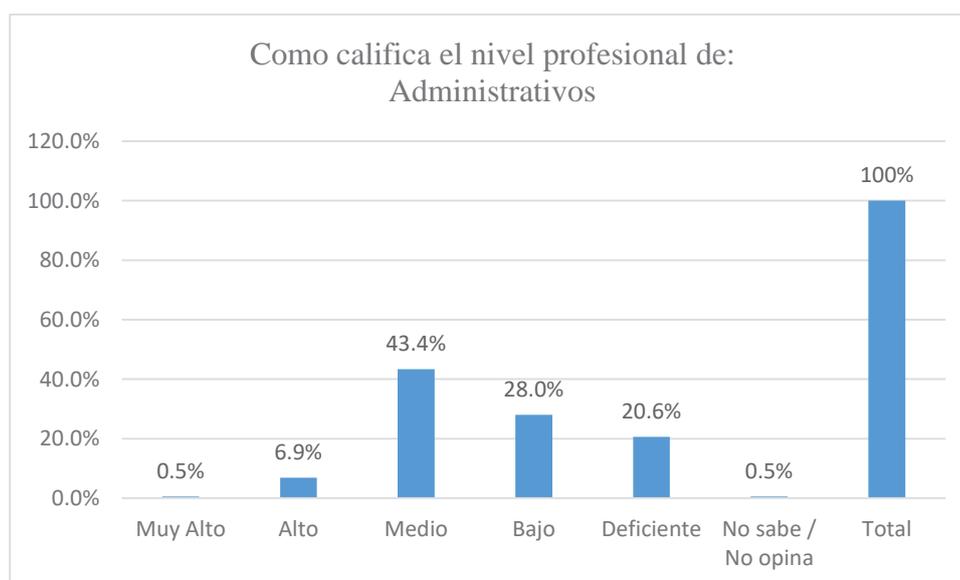
En la figura 42 podemos observar que nos indican que el nivel profesional de los jefes de Área de la UGEL Canchis, que el 49.2% indica que es medio, 25.9% bajo, 11.6% alto, 10.6% deficiente y 2.6% no sabe / no opina. Concluyendo que el nivel profesional de los jefes de área de la UGEL Canchis desde la percepción de los usuarios es medio.

*Tabla 47*  
Como califica el nivel profesional de: Administrativos

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Muy Alto           | 1          | 0.5%       |
| Alto               | 13         | 6.9%       |
| Medio              | 82         | 43.4%      |
| Bajo               | 53         | 28.0%      |
| Deficiente         | 39         | 20.6%      |
| No sabe / No opina | 1          | 0.5%       |
| Total              | 189        | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

*Figura 43*  
Como califica el nivel profesional de: Administrativos



Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

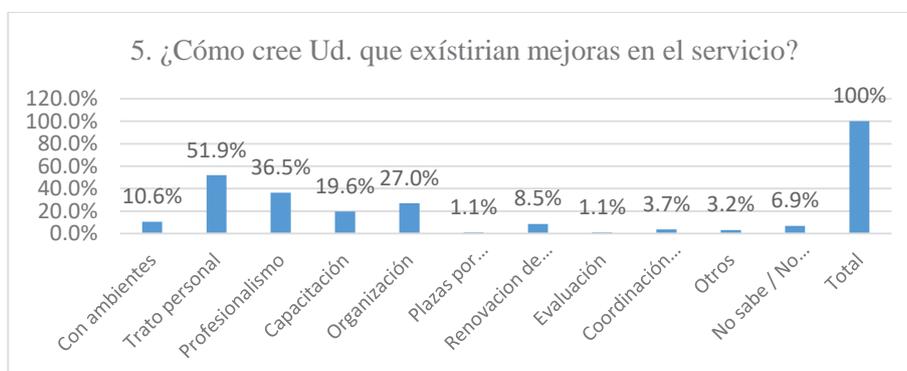
Podemos observar en la figura 43 que nos indican que el nivel profesional de los administrativos de la UGEL Canchis, que el 43.4% indica que es medio, 28.0% bajo, 20.6% deficiente, 6.9% alto, 0.5% muy alto y 0.5% no sabe / no opina. Concluyendo que el nivel profesional de los administrativos de la UGEL Canchis haciendo la sumatoria de bajo y deficiente desde la percepción de los usuarios es bajo.

*Tabla 48*  
¿Cómo cree Ud. que existirían mejoras en el servicio?

|                        | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------|------------|------------|
| Con ambientes          | 20         | 10.6%      |
| Trato personal         | 98         | 51.9%      |
| Profesionalismo        | 69         | 36.5%      |
| Capacitación           | 37         | 19.6%      |
| Organización           | 51         | 27.0%      |
| Plazas por concurso    | 2          | 1.1%       |
| Renovación de personal | 16         | 8.5%       |
| Evaluación             | 2          | 1.1%       |
| Coordinación con I.E.  | 7          | 3.7%       |
| Otros                  | 6          | 3.2%       |
| No sabe / No Opina     | 13         | 6.9%       |
| Total                  | 321        | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

*Figura 44*  
¿Cómo cree Ud. que existirían mejoras en el servicio?



Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

### Interpretación:

Se observa de la tabla 48 que en la recolección de datos se obtuvo 321 respuestas, pero para los porcentajes se tomó en consideración como 100% el tamaño de la muestra que es 189, obteniendo de esta forma de la figura 44 que respecto a las mejoras en el servicio un 51.9% indica que trato personal, 36.5% profesionalismo, 27.0% organización, 19.6%

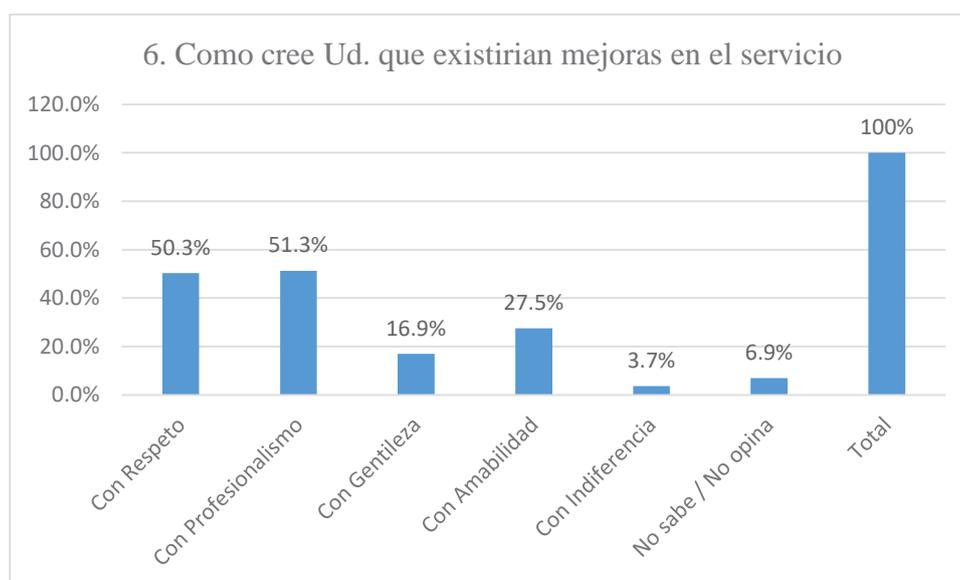
capacitación, 10.6% con ambientes, 8.5% con la renovación del personal, entre otros. Concluyendo que el usuario requiere mejoras en cuanto al trato personal se refiere.

*Tabla 49*  
Como cree Ud. que existirían mejoras en el servicio

|                     | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|------------|------------|
| Con Respeto         | 95         | 50.3%      |
| Con Profesionalismo | 97         | 51.3%      |
| Con Gentileza       | 32         | 16.9%      |
| Con Amabilidad      | 52         | 27.5%      |
| Con Indiferencia    | 7          | 3.7%       |
| No sabe / No opina  | 13         | 6.9%       |
| Total               | 296        | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

*Figura 45*  
Como cree Ud. que existirían mejoras en el servicio



Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

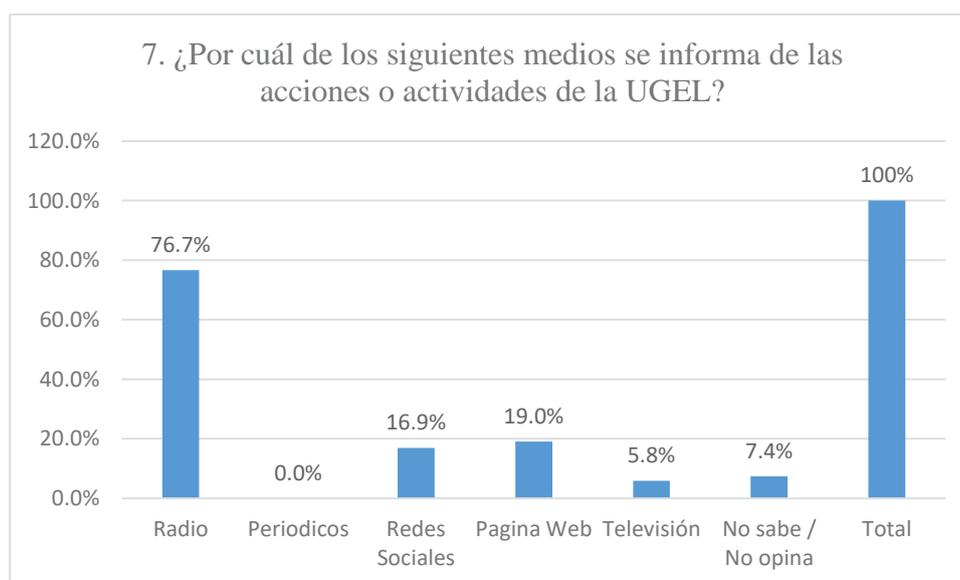
Se observa de la tabla 49 que en la recolección de datos se obtuvo 296 respuestas, pero para los porcentajes se tomó en consideración como 100% el tamaño de la muestra que es 189 de esta forma en la figura 45 observamos que el 51.3% con profesionalismo, 50.3% con respeto, 27.5% con amabilidad, 16.9% con gentileza, 3.7% con indiferencia. Concluyendo que el usuario requiere para mejoras en el servicio profesionalismo y respeto.

*Tabla 50*  
¿Por cuál de los siguientes medios se informa de las acciones o actividades de la UGEL?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Radio              | 145        | 76.7%      |
| Periódicos         | 0          | 0.0%       |
| Redes Sociales     | 32         | 16.9%      |
| Página Web         | 36         | 19.0%      |
| Televisión         | 11         | 5.8%       |
| No sabe / No opina | 14         | 7.4%       |
| Total              | 238        | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

*Figura 46*  
¿Por cuál de los siguientes medios se informa de las acciones o actividades de la UGEL?



Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

### **Interpretación:**

Se observa de la tabla 50 que en la recolección de datos se obtuvo 238 respuestas, pero para los porcentajes se tomó en consideración como 100% el tamaño de la muestra que es 189. Como podemos observar en la figura 46 indicaron el 76.7% radio, 19.0% página web, 16.9% redes sociales, 5.8% televisión, 0.0% periódicos, 7.4% no sabe / no opina. Concluyendo que el medio más común que utilizan los usuarios para informarse es la radio.

Tabla 51

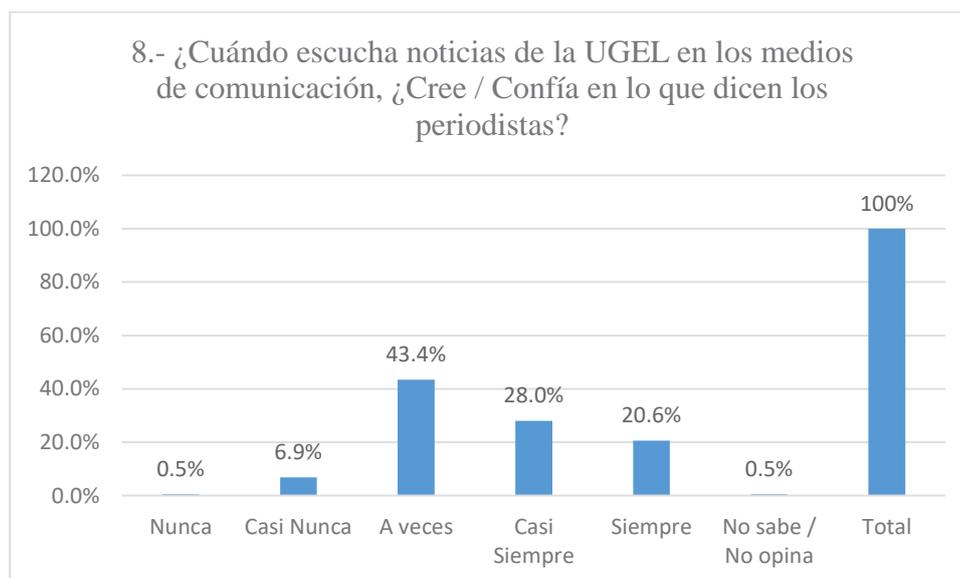
¿Cuándo escucha noticias de la UGEL en los medios de comunicación, ¿Cree / Confía en lo que dicen los periodistas?

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Nunca              | 1          | 0.5%       |
| Casi Nunca         | 13         | 6.9%       |
| A veces            | 82         | 43.4%      |
| Casi Siempre       | 53         | 28.0%      |
| Siempre            | 39         | 20.6%      |
| No sabe / No opina | 1          | 0.5%       |
| Total              | 189        | 100%       |

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

Figura 47

8.- ¿Cuándo escucha noticias de la UGEL en los medios de comunicación, ¿Cree / Confía en lo que dicen los periodistas?



Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la UGEL Canchis

### Interpretación:

En la figura 47 podemos observar que el 43.4% indica que a veces, 28.0% casi siempre y 20.6% siempre, 6.9% casi nunca, 0.5% nunca y 0.5% no sabe / no opina. Concluyendo que en su mayoría el usuario cree en lo que los medios de comunicación dicen de la UGEL.

## CORRELACIONES

*Tabla 52*  
Relación entre la estructura de la UGEL Canchis y su Situación Actual

| <b>Correlaciones</b> |                        |            |                  |
|----------------------|------------------------|------------|------------------|
|                      |                        | Estructura | Situación Actual |
| Estructura           | Correlación de Pearson | 1          | ,550             |
|                      | Sig. (bilateral)       |            | ,025             |
|                      | N                      | 6          | 6                |
| Situación Actual     | Correlación de Pearson | ,550       | 1                |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,025       |                  |
|                      | N                      | 6          | 6                |

### **Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = 0,550$ , con un nivel de significancia  $\alpha = 0,258$ , de lo que significa que entre la estructura de la UGEL Canchis y la situación actual, existe una correlación moderada. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, al mejorar la estructura organización de la UGEL Canchis, mejoraría la situación actual y viceversa, con una probabilidad de error de 2%.

*Tabla 53*  
Relación entre la estructura de la UGEL Canchis y su reputación

| <b>Correlaciones</b> |                        |              |              |
|----------------------|------------------------|--------------|--------------|
|                      |                        | VAR00<br>002 | VAR00<br>003 |
| VAR<br>00002         | Correlación de Pearson | 1            | ,086         |
|                      | Sig. (bilateral)       |              | ,087         |
|                      | N                      | 6            | 6            |
| VAR<br>00003         | Correlación de Pearson | ,086         | 1            |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,087         |              |
|                      | N                      | 6            | 6            |

### **Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = 0,086$ , con un nivel de significancia  $\alpha = 0,087$ , de lo que significa que entra la estructura de la UGEL Canchis y la reputación, existe una correlación mínima. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, si mejora la estructura organización de la UGEL Canchis, mejorará mínimamente el prestigio de la UGEL con una probabilidad de error de 8%.

*Tabla 54*  
Relación entre la estructura de la UGEL Canchis y su impacto

|            |                        | <b>Correlaciones</b> |         |
|------------|------------------------|----------------------|---------|
|            |                        | Estructura           | Impacto |
| Estructura | Correlación de Pearson | 1                    | -,380   |
|            | Sig. (bilateral)       |                      | ,045    |
|            | N                      | 6                    | 6       |
| Impacto    | Correlación de Pearson | -,380                | 1       |
|            | Sig. (bilateral)       | ,045                 |         |
|            | N                      | 6                    | 6       |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,380$ , con un nivel de significancia  $\alpha = 0,045$ , de lo que significa que entre la estructura de la UGEL Canchis y el impacto, existe una correlación moderada. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, si a medida que aumenta la organización de la estructura de la UGEL Canchis, disminuye moderadamente, su impacto negativo en la percepción del usuario, con una probabilidad de error de 5%

*Tabla 55*  
Relación entre la estructura de la UGEL Canchis y la atención

|            |                        | <b>Correlaciones</b> |          |
|------------|------------------------|----------------------|----------|
|            |                        | Estructura           | Atención |
| Estructura | Correlación de Pearson | 1                    | -,613    |
|            | Sig. (bilateral)       |                      | ,019     |
|            | N                      | 6                    | 6        |
| Atención   | Correlación de Pearson | -,613                | 1        |
|            | Sig. (bilateral)       | ,019                 |          |
|            | N                      | 6                    | 6        |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,613$ , con un nivel de significancia  $\alpha = 0,019$  de lo que significa que entre la estructura de la UGEL Canchis y el Atención, existe una correlación alta. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, si a medida que aumenta la organización de la estructura de la UGEL Canchis, disminuye la atención negativa en la percepción del usuario, con una probabilidad de error de 1%.

*Tabla 56*  
Relación entre la Recompensa de la UGEL Canchis y la Situación Actual

| <b>Correlaciones</b> |                        |            |                  |
|----------------------|------------------------|------------|------------------|
|                      |                        | Recompensa | Situación Actual |
| Recompensa           | Correlación de Pearson | 1          | ,292             |
|                      | Sig. (bilateral)       |            | ,057             |
|                      | N                      | 6          | 6                |
| Situación Actual     | Correlación de Pearson | ,292       | 1                |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,057       |                  |
|                      | N                      | 6          | 6                |

### **Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r= 0,292$ , con un nivel de significancia  $\alpha = 0,057$  de lo que significa que entre la estructura de la UGEL Canchis y su situación actual, existe una correlación muy alta. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, si a medida que aumenta la organización de la estructura de la UGEL Canchis, aumenta la situación actual en la percepción del usuario, con una probabilidad de error de 6%, sin embargo, a pesar que el coeficiente de Pearson indica que se tiene alta correlación, el grado de error, al ser mayor que 5% nos indica que no existe correlación.

*Tabla 57*  
Relación entre la Recompensa de la UGEL Canchis y el reputación

| <b>Correlaciones</b> |                        |            |            |
|----------------------|------------------------|------------|------------|
|                      |                        | Recompensa | Reputación |
| Recompensa           | Correlación de Pearson | 1          | -,092      |
|                      | Sig. (bilateral)       |            | ,086       |
|                      | N                      | 6          | 6          |
| Reputación           | Correlación de Pearson | -,092      | 1          |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,086       |            |
|                      | N                      | 6          | 6          |

### **Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r= -0,092$ , con un nivel de significancia  $\alpha = 0,086$  de lo que significa que entre la estructura de la UGEL Canchis y su situación actual, existe una correlación muy baja. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, si a medida que aumenta la organización de la recompensa de la UGEL Canchis, disminuye levemente la reputación negativa en la percepción del usuario, con una probabilidad de error de 8%.

*Tabla 58*  
Relación entre la Recompensa de la UGEL Canchis y el Impacto

| <b>Correlaciones</b> |                        |            |         |
|----------------------|------------------------|------------|---------|
|                      |                        | Recompensa | Impacto |
| Recompensa           | Correlación de Pearson | 1          | -,352   |
|                      | Sig. (bilateral)       |            | ,049    |
|                      | N                      | 6          | 6       |
| Impacto              | Correlación de Pearson | -,352      | 1       |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,049       |         |
|                      | N                      | 6          | 6       |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,352$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,049$  lo que significa que entre la recompensa percibida por el trabajador de la UGEL Canchis y el impacto, existe una correlación moderada. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, a medida que aumenta la recompensa percibida por los colaboradores de la UGEL Canchis, disminuye moderadamente la percepción negativa en la percepción del usuario, con una probabilidad de error de 5%.

*Tabla 59*  
Relación entre la Recompensa de la UGEL Canchis y la Atención

| <b>Correlaciones</b> |                        |            |          |
|----------------------|------------------------|------------|----------|
|                      |                        | Recompensa | Atención |
| Recompensa           | Correlación de Pearson | 1          | -,508    |
|                      | Sig. (bilateral)       |            | ,030     |
|                      | N                      | 6          | 6        |
| Atención             | Correlación de Pearson | -,508      | 1        |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,030       |          |
|                      | N                      | 6          | 6        |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,508$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,030$  lo que significa que entre la recompensa percibida por el trabajador de la UGEL Canchis y la atención, existe una correlación moderada. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, a medida que aumenta la recompensa percibida por los colaboradores de la UGEL Canchis, disminuye moderadamente la atención negativa en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 3% encontrada por el estadístico de Pearson.

*Tabla 60*  
Relación entre la Responsabilidad de la UGEL Canchis y Situación Actual

| <b>Correlaciones</b> |                        |                 |                  |
|----------------------|------------------------|-----------------|------------------|
|                      |                        | Responsabilidad | Situación Actual |
| Responsabilidad      | Correlación de Pearson | 1               | ,641             |
|                      | Sig. (bilateral)       |                 | ,017             |
|                      | N                      | 6               | 6                |
| Situación actual     | Correlación de Pearson | ,641            | 1                |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,017            |                  |
|                      | N                      | 6               | 6                |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r=0,641$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,017$  lo que significa que entre la responsabilidad del trabajador de la UGEL Canchis y la situación actual, existe una correlación baja. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumenta la responsabilidad de los colaboradores de la UGEL Canchis, aumenta levemente la situación actual en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 2%.

*Tabla 61*  
Relación entre la Responsabilidad de la UGEL Canchis y reputación

| <b>Correlaciones</b> |                        |                 |           |
|----------------------|------------------------|-----------------|-----------|
|                      |                        | Responsabilidad | Prestigio |
| Responsabilidad      | Correlación de Pearson | 1               | ,241      |
|                      | Sig. (bilateral)       |                 | ,064      |
|                      | N                      | 6               | 6         |
| Prestigio            | Correlación de Pearson | ,241            | 1         |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,064            |           |
|                      | N                      | 6               | 6         |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r=-0,241$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,064$  lo que significa que entre la responsabilidad del trabajador de la UGEL Canchis y la reputación, existe una correlación baja. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumenta la responsabilidad de los colaboradores de la UGEL Canchis, aumenta levemente la reputación en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 6%, por el nivel de confianza mayor a 5%, se concluye que no existe relación entre la responsabilidad y la reputación.

*Tabla 62*  
Relación entre la Responsabilidad de la UGEL Canchis e Impacto

| <b>Correlaciones</b> |                        |                 |         |
|----------------------|------------------------|-----------------|---------|
|                      |                        | Responsabilidad | Impacto |
| Responsabilidad      | Correlación de Pearson | 1               | -,340   |
|                      | Sig. (bilateral)       |                 | ,050    |
|                      | N                      | 6               | 6       |
| Impacto              | Correlación de Pearson | -,340           | 1       |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,050            |         |
|                      | N                      | 6               | 6       |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,340$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,050$  lo que significa que entre la responsabilidad el trabajador de la UGEL Canchis y el impacto, existe una correlación moderada. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, a medida que aumenta la responsabilidad de los colaboradores de la UGEL Canchis, disminuye moderadamente el impacto negativo en la percepción del usuario, con una probabilidad de error de 5%

*Tabla 63*  
Relación entre la Responsabilidad de la UGEL Canchis y la Atención

| <b>Correlaciones</b> |                        |                 |          |
|----------------------|------------------------|-----------------|----------|
|                      |                        | Responsabilidad | Atención |
| Responsabilidad      | Correlación de Pearson | 1               | -,553    |
|                      | Sig. (bilateral)       |                 | ,025     |
|                      | N                      | 6               | 6        |
| Atención             | Correlación de Pearson | -,553           | 1        |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,025            |          |
|                      | N                      | 6               | 6        |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,553$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,255$  lo que significa que entre la responsabilidad del trabajador de la UGEL Canchis y la atención, existe una correlación alta. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, a medida que aumenta la responsabilidad de los colaboradores de la UGEL Canchis, disminuye altamente la atención negativa en la atención del usuario, con una probabilidad de error de 3%.

*Tabla 64*  
Relación entre la Cooperación de la UGEL Canchis y la Situación Actual

| <b>Correlaciones</b> |                        |             |                  |
|----------------------|------------------------|-------------|------------------|
|                      |                        | Cooperación | Situación Actual |
| Cooperación          | Correlación de Pearson | 1           | -,279            |
|                      | Sig. (bilateral)       |             | ,059             |
|                      | N                      | 6           | 6                |
| Situación Actual     | Correlación de Pearson | -,279       | 1                |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,059        |                  |
|                      | N                      | 6           | 6                |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,279$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,059$  lo que significa que entre la cooperación del trabajador de la UGEL Canchis y la situación actual, existe una correlación moderada. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, a medida que aumenta la cooperación de los colaboradores de la UGEL Canchis, disminuye moderadamente la situación actual negativa en la atención del usuario, con una probabilidad de error de 6%, por el nivel de confianza mayor a 5%, se concluye que no existe relación entre la Cooperación y situación actual.

*Tabla 65*  
Relación entre la Cooperación de la UGEL Canchis y el reputación

| <b>Correlaciones</b> |                        |             |           |
|----------------------|------------------------|-------------|-----------|
|                      |                        | Cooperación | Prestigio |
| Cooperación          | Correlación de Pearson | 1           | ,204      |
|                      | Sig. (bilateral)       |             | ,069      |
|                      | N                      | 6           | 6         |
| Prestigio            | Correlación de Pearson | ,204        | 1         |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,069        |           |
|                      | N                      | 6           | 6         |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = 0,204$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,069$  lo que significa que entre la cooperación del trabajador de la UGEL Canchis y la reputación existe una correlación baja. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumenta la cooperación de los colaboradores de la UGEL Canchis, disminuye moderadamente la situación actual negativa en la atención del usuario, con una probabilidad de error de 7%, por el nivel de confianza mayor a 5%, se concluye que no existe relación entre la cooperación y la reputación.

*Tabla 66*  
Relación entre la Cooperación de la UGEL Canchis e Impacto

|             |                        | <b>Correlaciones</b> |         |
|-------------|------------------------|----------------------|---------|
|             |                        | Cooperación          | Impacto |
| Cooperación | Correlación de Pearson | 1                    | ,918**  |
|             | Sig. (bilateral)       |                      | ,010    |
|             | N                      | 6                    | 6       |
| Impacto     | Correlación de Pearson | ,918**               | 1       |
|             | Sig. (bilateral)       | ,010                 |         |
|             | N                      | 6                    | 6       |

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### **Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r=0,918$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,010$  lo que significa que entre la cooperación del trabajador de la UGEL Canchis y el impacto, existe una correlación alta. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumenta la cooperación de los colaboradores de la UGEL Canchis, aumenta el impacto de la UGEL en la percepción del usuario, con una probabilidad de error de 1%.

*Tabla 67*  
Relación entre la Cooperación de la UGEL Canchis y la Atención

|             |                        | <b>Correlaciones</b> |          |
|-------------|------------------------|----------------------|----------|
|             |                        | Cooperación          | Atención |
| Cooperación | Correlación de Pearson | 1                    | ,944**   |
|             | Sig. (bilateral)       |                      | ,005     |
|             | N                      | 6                    | 6        |
| Atención    | Correlación de Pearson | ,944**               | 1        |
|             | Sig. (bilateral)       | ,005                 |          |
|             | N                      | 6                    | 6        |

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### **Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r=0,944$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,005$  lo que significa que entre la cooperación del trabajador de la UGEL Canchis y la atención, existe una correlación alta. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumenta la cooperación de los colaboradores de la UGEL Canchis, aumenta la atención en la percepción del usuario, con una probabilidad de error de 1%.

*Tabla 68*  
Relación entre las Relaciones de la UGEL Canchis y la Situación Actual

|                  |                        | <b>Correlaciones</b> |                  |
|------------------|------------------------|----------------------|------------------|
|                  |                        | Relaciones           | Situación Actual |
| Relaciones       | Correlación de Pearson | 1                    | ,682             |
|                  | Sig. (bilateral)       |                      | ,013             |
|                  | N                      | 6                    | 6                |
| Situación actual | Correlación de Pearson | ,682                 | 1                |
|                  | Sig. (bilateral)       | ,013                 |                  |
|                  | N                      | 6                    | 6                |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = 0,682$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,135$  lo que significa que entre las relaciones entre colaboradores de la UGEL Canchis y la situación actual, existe una correlación baja. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumenta las relaciones positivas entre los colaboradores de la UGEL Canchis, aumenta levemente la situación actual en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 1%.

*Tabla 69*  
Relación entre las Relaciones de la UGEL Canchis y reputación

|            |                        | <b>Correlaciones</b> |           |
|------------|------------------------|----------------------|-----------|
|            |                        | Relaciones           | Prestigio |
| Relaciones | Correlación de Pearson | 1                    | ,404      |
|            | Sig. (bilateral)       |                      | ,042      |
|            | N                      | 6                    | 6         |
| Prestigio  | Correlación de Pearson | ,404                 | 1         |
|            | Sig. (bilateral)       | ,042                 |           |
|            | N                      | 6                    | 6         |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = 0,404$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,042$  lo que significa que entre las relaciones entre colaboradores de la UGEL Canchis y la reputación, existe una correlación moderada. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumenta las relaciones positivas entre los colaboradores de la UGEL Canchis, aumenta moderadamente la situación actual en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 4%.

*Tabla 70*  
Relación entre las Relaciones de la UGEL Canchis e Impacto

|            |                        | <b>Correlaciones</b> |         |
|------------|------------------------|----------------------|---------|
|            |                        | Relaciones           | Impacto |
| Relaciones | Correlación de Pearson | 1                    | -,328   |
|            | Sig. (bilateral)       |                      | ,052    |
|            | N                      | 6                    | 6       |
| Impacto    | Correlación de Pearson | -,328                | 1       |
|            | Sig. (bilateral)       | ,052                 |         |
|            | N                      | 6                    | 6       |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,328$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,052$  lo que significa que entre las relaciones entre colaboradores de la UGEL Canchis y el impacto, existe una correlación baja. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumenta las relaciones positivas entre los colaboradores de la UGEL Canchis, disminuye el impacto negativo en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 5%.

*Tabla 71*  
Relación entre las Relaciones de la UGEL Canchis y la Atención

|            |                        | <b>Correlaciones</b> |          |
|------------|------------------------|----------------------|----------|
|            |                        | Relaciones           | Atención |
| Relaciones | Correlación de Pearson | 1                    | -,199    |
|            | Sig. (bilateral)       |                      | ,070     |
|            | N                      | 6                    | 6        |
| Atención   | Correlación de Pearson | -,199                | 1        |
|            | Sig. (bilateral)       | ,070                 |          |
|            | N                      | 6                    | 6        |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,199$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,0706$  lo que significa que entre las relaciones entre colaboradores de la UGEL Canchis y la atención, existe una correlación baja. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, a medida que aumenta las relaciones positivas entre los colaboradores de la UGEL Canchis, disminuye levemente la atención negativa en la percepción de trabajador, con una probabilidad de error de 7%, por el nivel de confianza mayor a 5%, se concluye que no existe relación entre las relaciones y la atención.

*Tabla 72*  
Relación entre el Desafío de la UGEL Canchis y la Situación Actual

| <b>Correlaciones</b> |                        |         |                     |
|----------------------|------------------------|---------|---------------------|
|                      |                        | Desafío | Situación<br>Actual |
| Desafío              | Correlación de Pearson | 1       | -,184               |
|                      | Sig. (bilateral)       |         | ,072                |
|                      | N                      | 6       | 6                   |
| Situación            | Correlación de Pearson | -,184   | 1                   |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,072    |                     |
|                      | N                      | 6       | 6                   |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,184$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,072$  lo que significa que entre los desafíos de los colaboradores de la UGEL Canchis y la situación actual, existe una correlación baja. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, a medida que aumentan los desafíos entre los colaboradores de la UGEL Canchis, disminuye levemente la situación actual negativa en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 7%, por el nivel de confianza mayor a 5%, se concluye que no existe relación entre los desafíos y la situación actual.

*Tabla 73*  
Relación entre el Desafío de la UGEL Canchis y el reputación

| <b>Correlaciones</b> |                        |         |           |
|----------------------|------------------------|---------|-----------|
|                      |                        | Desafío | Prestigio |
| Desafío              | Correlación de Pearson | 1       | ,386      |
|                      | Sig. (bilateral)       |         | ,045      |
|                      | N                      | 6       | 6         |
| Prestigio            | Correlación de Pearson | ,386    | 1         |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,045    |           |
|                      | N                      | 6       | 6         |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = 0,386$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,045$  lo que significa que entre los desafíos de los colaboradores de la UGEL Canchis y la reputación existe una correlación baja. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumentan los desafíos entre los colaboradores de la UGEL Canchis, aumenta la reputación en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 5%.

*Tabla 74*  
Relación entre el Desafío de la UGEL Canchis y el Impacto

| <b>Correlaciones</b> |                        |         |         |
|----------------------|------------------------|---------|---------|
|                      |                        | Desafío | Impacto |
| Desafío              | Correlación de Pearson | 1       | ,845*   |
|                      | Sig. (bilateral)       |         | ,034    |
|                      | N                      | 6       | 6       |
| Impacto              | Correlación de Pearson | ,845*   | 1       |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,034    |         |
|                      | N                      | 6       | 6       |

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

### **Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r=0,845$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,034$  lo que significa que entre los desafíos de los colaboradores de la UGEL Canchis y el impacto, existe una correlación alta. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumentan los desafíos entre los colaboradores de la UGEL Canchis, aumenta el impacto positivo en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 3%.

*Tabla 75*  
Relación entre el Desafío de la UGEL Canchis y la Atención

| <b>Correlaciones</b> |                        |         |          |
|----------------------|------------------------|---------|----------|
|                      |                        | Desafío | Atención |
| Desafío              | Correlación de Pearson | 1       | ,960**   |
|                      | Sig. (bilateral)       |         | ,002     |
|                      | N                      | 6       | 6        |
| Atención             | Correlación de Pearson | ,960**  | 1        |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,002    |          |
|                      | N                      | 6       | 6        |

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### **Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r=0,960$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,002$  lo que significa que entre los desafíos de los colaboradores de la UGEL Canchis y la atención, existe una correlación alta. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumentan los desafíos entre los colaboradores de la UGEL Canchis, aumenta la atención positiva en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 0,2%.

Tabla 76

Relación entre los Estándares de la UGEL Canchis y la Situación Actual

|                  |                        | Correlaciones |                  |
|------------------|------------------------|---------------|------------------|
|                  |                        | Estándares    | Situación Actual |
| Estándares       | Correlación de Pearson | 1             | ,944**           |
|                  | Sig. (bilateral)       |               | ,005             |
|                  | N                      | 6             | 6                |
| Situación Actual | Correlación de Pearson | ,944**        | 1                |
|                  | Sig. (bilateral)       | ,005          |                  |
|                  | N                      | 6             | 6                |

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r=0,944$  con un nivel de significancia  $\alpha=0,005$  lo que significa que entre los estándares de los colaboradores de la UGEL Canchis y la situación actual, existe una correlación alta. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumentan los estándares entre los colaboradores de la UGEL Canchis, aumenta la situación actual positiva en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 0,1%.

Tabla 77

Relación entre los Estándares de la UGEL Canchis y el reputación

|            |                        | Correlaciones |           |
|------------|------------------------|---------------|-----------|
|            |                        | Estándares    | Prestigio |
| Estándares | Correlación de Pearson | 1             | ,737      |
|            | Sig. (bilateral)       |               | ,094      |
|            | N                      | 6             | 6         |
| Prestigio  | Correlación de Pearson | ,737          | 1         |
|            | Sig. (bilateral)       | ,094          |           |
|            | N                      | 6             | 6         |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r=0,737$  con un nivel de significancia  $\alpha=0,094$  lo que significa que entre los estándares de los colaboradores de la UGEL Canchis y la reputación existe una correlación moderada. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumentan los estándares entre los colaboradores de la UGEL Canchis, aumenta la reputación positiva en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 1%.

*Tabla 78*  
Relación entre los Estándares de la UGEL Canchis y el Impacto

| <b>Correlaciones</b> |                        |            |         |
|----------------------|------------------------|------------|---------|
|                      |                        | Estándares | Impacto |
| Estándares           | Correlación de Pearson | 1          | -,433   |
|                      | Sig. (bilateral)       |            | ,039    |
|                      | N                      | 6          | 6       |
| Impacto              | Correlación de Pearson | -,433      | 1       |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,039       |         |
|                      | N                      | 6          | 6       |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,433$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,039$  lo que significa que entre los estándares de los colaboradores de la UGEL Canchis y la reputación, existe una correlación alta. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, a medida que aumentan los estándares entre los colaboradores de la UGEL Canchis, disminuye el impacto negativo en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 4%.

*Tabla 79*  
Relación entre los Estándares de la UGEL Canchis y la Atención

| <b>Correlaciones</b> |                        |            |          |
|----------------------|------------------------|------------|----------|
|                      |                        | Estándares | Atención |
| Estándares           | Correlación de Pearson | 1          | -,167    |
|                      | Sig. (bilateral)       |            | ,075     |
|                      | N                      | 6          | 6        |
| Atención             | Correlación de Pearson | -,167      | 1        |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,075       |          |
|                      | N                      | 6          | 6        |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,167$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,075$  lo que significa que entre los estándares de los colaboradores de la UGEL Canchis y la atención, existe una correlación baja. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, a medida que aumentan los estándares entre los colaboradores de la UGEL Canchis, disminuye la atención negativa en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 7%, por el nivel de confianza mayor a 5%, se concluye que no existe relación entre los estándares y la atención.

*Tabla 80*  
Relación entre los Conflictos de la UGEL Canchis y la Situación Actual

|                  |                        | <b>Correlaciones</b> |                  |
|------------------|------------------------|----------------------|------------------|
|                  |                        | Conflictos           | Situación Actual |
| Conflictos       | Correlación de Pearson | 1                    | -,659            |
|                  | Sig. (bilateral)       |                      | ,015             |
|                  | N                      | 6                    | 6                |
| Situación Actual | Correlación de Pearson | -,659                | 1                |
|                  | Sig. (bilateral)       | ,015                 |                  |
|                  | N                      | 6                    | 6                |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,659$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,015$  lo que significa que entre los conflictos entre los colaboradores de la UGEL Canchis y la situación actual, existe una correlación baja. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, a medida que disminuyen los conflictos entre los colaboradores de la UGEL Canchis, aumenta levemente la situación actual en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 2%.

**1. Conflictos y reputación**

*Tabla 81*  
Relación entre los Conflictos de la UGEL Canchis y el reputación

|            |                        | <b>Correlaciones</b> |           |
|------------|------------------------|----------------------|-----------|
|            |                        | Conflictos           | Prestigio |
| Conflictos | Correlación de Pearson | 1                    | -,746     |
|            | Sig. (bilateral)       |                      | ,008      |
|            | N                      | 6                    | 6         |
| Prestigio  | Correlación de Pearson | -,746                | 1         |
|            | Sig. (bilateral)       | ,008                 |           |
|            | N                      | 6                    | 6         |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,746$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,008$  lo que significa que entre los conflictos entre los colaboradores de la UGEL Canchis y la reputación, existe una correlación muy alta. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, a medida que disminuyen los conflictos entre los colaboradores de la UGEL Canchis, aumenta altamente la reputación en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 1%.

*Tabla 82*  
Relación entre los Conflictos de la UGEL Canchis y el Impacto

|            |                        | <b>Correlaciones</b> |         |
|------------|------------------------|----------------------|---------|
|            |                        | Conflictos           | Impacto |
| Conflictos | Correlación de Pearson | 1                    | -,291   |
|            | Sig. (bilateral)       |                      | ,057    |
|            | N                      | 6                    | 6       |
| Impacto    | Correlación de Pearson | -,291                | 1       |
|            | Sig. (bilateral)       | ,057                 |         |
|            | N                      | 6                    | 6       |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,291$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,057$  lo que significa que entre los conflictos entre los colaboradores de la UGEL Canchis y el impacto, existe una correlación moderada. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, a medida que disminuyen los conflictos entre los colaboradores de la UGEL Canchis, aumenta moderadamente el impacto en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 6%, por el nivel de confianza mayor a 5%, se concluye que no existe relación entre los conflictos y el impacto.

*Tabla 83*  
Relación entre los Conflictos de la UGEL Canchis y la Atención

|            |                        | <b>Correlaciones</b> |          |
|------------|------------------------|----------------------|----------|
|            |                        | Conflictos           | Atención |
| Conflictos | Correlación de Pearson | 1                    | -,545    |
|            | Sig. (bilateral)       |                      | ,026     |
|            | N                      | 6                    | 6        |
| Atención   | Correlación de Pearson | -,545                | 1        |
|            | Sig. (bilateral)       | ,026                 |          |
|            | N                      | 6                    | 6        |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,545$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,026$  lo que significa que entre los conflictos entre los colaboradores de la UGEL Canchis y la atención, existe una correlación alta. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, a medida que disminuyen los conflictos entre los colaboradores de la UGEL Canchis, aumenta la calidad de la atención en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 2%.

*Tabla 84*  
Relación entre la Identidad de la UGEL Canchis y la Situación Actual

| <b>Correlaciones</b> |                        |           |                  |
|----------------------|------------------------|-----------|------------------|
|                      |                        | Identidad | Situación Actual |
| Identidad            | Correlación de Pearson | 1         | -,199            |
|                      | Sig. (bilateral)       |           | ,070             |
|                      | N                      | 6         | 6                |
| Situación Actual     | Correlación de Pearson | -,199     | 1                |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,070      |                  |
|                      | N                      | 6         | 6                |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,199$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,070$  lo que significa que entre la identidad de los colaboradores de la UGEL Canchis y la situación actual, existe una correlación baja. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, a medida que aumenta la identidad entre los colaboradores de la UGEL Canchis disminuye la situación actual negativa en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 7%, por el nivel de confianza mayor a 5%, se concluye que no existe relación entre la identidad y la situación actual.

*Tabla 85*  
Relación entre la Identidad de la UGEL Canchis y el reputación

| <b>Correlaciones</b> |                        |           |           |
|----------------------|------------------------|-----------|-----------|
|                      |                        | Identidad | Prestigio |
| Identidad            | Correlación de Pearson | 1         | ,279      |
|                      | Sig. (bilateral)       |           | ,059      |
|                      | N                      | 6         | 6         |
| Prestigio            | Correlación de Pearson | ,279      | 1         |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,059      |           |
|                      | N                      | 6         | 6         |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = 0,279$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,059$  lo que significa que entre la identidad de los colaboradores de la UGEL Canchis y reputación, existe una correlación muy baja. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumenta la identidad entre los colaboradores de la UGEL Canchis aumenta muy levemente la reputación en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 6%, por el nivel de confianza mayor a 5%, se concluye que no existe relación entre la identidad y la reputación.

*Tabla 86*  
*Relación entre la Identidad de la UGEL Canchis y el Impacto*

| <b>Correlaciones</b> |                        |           |         |
|----------------------|------------------------|-----------|---------|
|                      |                        | Identidad | Impacto |
| Identidad            | Correlación de Pearson | 1         | ,929**  |
|                      | Sig. (bilateral)       |           | ,007    |
|                      | N                      | 6         | 6       |
| Impacto              | Correlación de Pearson | ,929**    | 1       |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,007      |         |
|                      | N                      | 6         | 6       |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### **Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r=0,929$  con un nivel de significancia  $\alpha=0,007$  lo que significa que entre la identidad de los colaboradores de la UGEL Canchis y el impacto, existe una correlación muy alta. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumenta la identidad entre los colaboradores de la UGEL Canchis aumenta muy altamente el impacto en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 1%.

*Tabla 87*  
*Relación entre la Identidad de la UGEL Canchis y la Atención*

| <b>Correlaciones</b> |                        |           |          |
|----------------------|------------------------|-----------|----------|
|                      |                        | Identidad | Atención |
| Identidad            | Correlación de Pearson | 1         | ,948**   |
|                      | Sig. (bilateral)       |           | ,004     |
|                      | N                      | 6         | 6        |
| Atención             | Correlación de Pearson | ,948**    | 1        |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,004      |          |
|                      | N                      | 6         | 6        |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### **Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r=0,948$  con un nivel de significancia  $\alpha=0,004$  lo que significa que entre la identidad de los colaboradores de la UGEL Canchis y la atención, existe una correlación muy alta. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumenta la identidad entre los colaboradores de la UGEL Canchis aumenta muy altamente la atención en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 0,4%.

*Tabla 88*  
Relación entre la Atención al Público de la UGEL Canchis y la Situación Actual

| <b>Correlaciones</b> |                        |  | Atención al público | Situación Actual |
|----------------------|------------------------|--|---------------------|------------------|
| Atención al público  | Correlación de Pearson |  | 1                   | ,236             |
|                      | Sig. (bilateral)       |  |                     | ,065             |
|                      | N                      |  | 6                   | 6                |
| Situación actual     | Correlación de Pearson |  | ,236                | 1                |
|                      | Sig. (bilateral)       |  | ,065                |                  |
|                      | N                      |  | 6                   | 6                |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r=0,238$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,065$  lo que significa que entre la atención de los colaboradores de la UGEL Canchis y la situación actual, existe una correlación muy baja. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumenta la atención al público en los colaboradores de la UGEL Canchis aumenta muy levemente la situación actual en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 6%, por el nivel de confianza mayor a 5%, se concluye que no existe relación entre la atención al público y la situación actual.

*Tabla 89*  
Relación entre la Atención al Público de la UGEL Canchis y la Situación Actual

| <b>Correlaciones</b> |                        |  | Atención al público | Prestigio |
|----------------------|------------------------|--|---------------------|-----------|
| Atención al público  | Correlación de Pearson |  | 1                   | -,180     |
|                      | Sig. (bilateral)       |  |                     | ,073      |
|                      | N                      |  | 6                   | 6         |
| Prestigio            | Correlación de Pearson |  | -,180               | 1         |
|                      | Sig. (bilateral)       |  | ,073                |           |
|                      | N                      |  | 6                   | 6         |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r= -0,180$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,073$  lo que significa que entre la atención de los colaboradores de la UGEL Canchis y la reputación existe una correlación baja. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, a medida que aumenta la atención al público en los colaboradores de la UGEL Canchis disminuye levemente la reputación negativa en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 7%, por el nivel de confianza mayor a 5%, se concluye que no existe relación entre la atención y la reputación.

*Tabla 90*  
*Relación entre la Atención al Público de la UGEL Canchis y el Impacto*

| <b>Correlaciones</b> |                        |                        |         |
|----------------------|------------------------|------------------------|---------|
|                      |                        | Atención al<br>público | Impacto |
| Atención al público  | Correlación de Pearson | 1                      | -,224   |
|                      | Sig. (bilateral)       |                        | ,066    |
|                      | N                      | 6                      | 6       |
| Impacto              | Correlación de Pearson | -,224                  | 1       |
|                      | Sig. (bilateral)       | ,066                   |         |
|                      | N                      | 6                      | 6       |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,224$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,066$  lo que significa que entre la atención de los colaboradores de la UGEL Canchis y el impacto, existe una correlación baja. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, a medida que aumenta la atención al público en los colaboradores de la UGEL Canchis disminuye levemente el impacto negativo en la percepción del trabajador, con una probabilidad de error de 7%, por el nivel de confianza mayor a 5%, se concluye que no existe relación entre la atención y el impacto.

*Tabla 91*  
*Relación entre la Atención al Público de la UGEL Canchis y la Atención*

| <b>Correlaciones</b>      |                        |                        |          |
|---------------------------|------------------------|------------------------|----------|
|                           |                        | Atención al<br>público | Atención |
| Atención<br>al<br>público | Correlación de Pearson | 1                      | -,481    |
|                           | Sig. (bilateral)       |                        | ,033     |
|                           | N                      | 6                      | 6        |
| Atención                  | Correlación de Pearson | -,481                  | 1        |
|                           | Sig. (bilateral)       | ,033                   |          |
|                           | N                      | 6                      | 6        |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,481$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,033$  lo que significa que entre la atención de los colaboradores de la UGEL Canchis y la percepción de la atención, existe una correlación moderada. La dirección de la correlación es negativa, es decir, es inversa, por lo tanto, a medida que aumenta la atención al público en los colaboradores de la UGEL Canchis disminuye moderadamente la percepción de atención negativa en la percepción del usuario, con una probabilidad de error de 3%.

## INSTRUMENTO N° 2

*Tabla 92*  
Relación entre del Servicio de la UGEL Canchis y el Trato Personal

| <b>Correlaciones</b> |                        |  | Calidad del servicio | Trato personal |
|----------------------|------------------------|--|----------------------|----------------|
| Calidad del servicio | Correlación de Pearson |  | 1                    | ,909*          |
|                      | Sig. (bilateral)       |  |                      | ,012           |
|                      | N                      |  | 6                    | 6              |
| Trato personal       | Correlación de Pearson |  | ,909*                | 1              |
|                      | Sig. (bilateral)       |  | ,012                 |                |
|                      | N                      |  | 6                    | 6              |

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

### **Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,909$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,012$  lo que significa que entre la calidad del servicio de los colaboradores de la UGEL Canchis y el trato personal, existe una correlación muy alta. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumenta la calidad del servicio de los usuarios de la UGEL Canchis aumenta el trato personal en la percepción del usuario, con una probabilidad de error de 3%.

*Tabla 93*  
Relación entre la Calidad del Servicio de la UGEL Canchis y Nivel Profesional

| <b>Correlaciones</b> |                        |  | Calidad del servicio | Nivel profesional |
|----------------------|------------------------|--|----------------------|-------------------|
| Calidad del servicio | Correlación de Pearson |  | 1                    | ,984**            |
|                      | Sig. (bilateral)       |  |                      | ,000              |
|                      | N                      |  | 6                    | 6                 |
| Nivel profesional    | Correlación de Pearson |  | ,984**               | 1                 |
|                      | Sig. (bilateral)       |  | ,000                 |                   |
|                      | N                      |  | 6                    | 6                 |

\*\*.. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### **Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,984$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,000$  lo que significa que entre la calidad del servicio de los colaboradores de la UGEL Canchis y el nivel profesional, existe una correlación muy alta. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumenta la calidad del servicio de los colaboradores de la UGEL Canchis aumenta con el nivel profesional de los usuarios en la percepción del usuario, con una probabilidad de error de 0%.

*Tabla 94*  
Relación entre la Calidad del Servicio de la UGEL Canchis y los Medios de Comunicación

|                        |                        | <b>Correlaciones</b> |                        |
|------------------------|------------------------|----------------------|------------------------|
|                        |                        | Calidad del servicio | Medios de comunicación |
| Calidad del servicio   | Correlación de Pearson | 1                    | ,250                   |
|                        | Sig. (bilateral)       |                      | ,063                   |
|                        | N                      | 6                    | 6                      |
| Medios de Comunicación | Correlación de Pearson | ,250                 | 1                      |
|                        | Sig. (bilateral)       | ,063                 |                        |
|                        | N                      | 6                    | 6                      |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,250$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,063$  lo que significa que entre la calidad del servicio de los colaboradores de la UGEL Canchis y los medios de comunicación, existe una correlación baja. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumenta la calidad del servicio de los colaboradores de la UGEL Canchis aumenta levemente la percepción positiva de los medios de comunicación en la percepción del usuario, con una probabilidad de error de 6%, por el nivel de confianza mayor a 5%, se concluye que no existe relación entre la atención y el impacto.

*Tabla 95*  
Relación entre el Trato Personal de la UGEL Canchis y Nivel Profesional

|                   |                        | <b>Correlaciones</b> |                   |
|-------------------|------------------------|----------------------|-------------------|
|                   |                        | Trato personal       | Nivel profesional |
| Trato personal    | Correlación de Pearson | 1                    | ,889*             |
|                   | Sig. (bilateral)       |                      | ,018              |
|                   | N                      | 6                    | 6                 |
| Nivel profesional | Correlación de Pearson | ,889*                | 1                 |
|                   | Sig. (bilateral)       | ,018                 |                   |
|                   | N                      | 6                    | 6                 |

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,889$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,018$  lo que significa que entre el trato personal de los colaboradores de la UGEL Canchis y el nivel profesional, existe una correlación alta. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumenta el trato personal de los colaboradores de la UGEL Canchis aumenta altamente su nivel profesional en la percepción del usuario, con una probabilidad de error de 2%

*Tabla 96*  
Relación entre el Trato Personal de la UGEL Canchis y los Medios de Comunicación

|                        |                        | <b>Correlaciones</b> |                        |
|------------------------|------------------------|----------------------|------------------------|
|                        |                        | Trato personal       | Medios de comunicación |
| Trato personal         | Correlación de Pearson | 1                    | ,053                   |
|                        | Sig. (bilateral)       |                      | ,009                   |
|                        | N                      | 6                    | 6                      |
| Medios de comunicación | Correlación de Pearson | ,053                 | 1                      |
|                        | Sig. (bilateral)       | ,009                 |                        |
|                        | N                      | 6                    | 6                      |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,053$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,009$  lo que significa que entre el trato personal de los colaboradores de la UGEL Canchis y los medios de comunicación, existe una correlación baja. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumenta el trato personal de los colaboradores de la UGEL Canchis aumenta levemente su reputación en los medios de comunicación en la percepción del usuario, con una probabilidad de error de 1%.

*Tabla 97*  
Relación entre el Nivel Profesional de la UGEL Canchis y los Medios de Comunicación

|                        |                        | <b>Correlaciones</b> |                        |
|------------------------|------------------------|----------------------|------------------------|
|                        |                        | Nivel Profesional    | Medios de Comunicación |
| Nivel Profesional      | Correlación de Pearson | 1                    | ,281                   |
|                        | Sig. (bilateral)       |                      | ,059                   |
|                        | N                      | 6                    | 6                      |
| Medios de Comunicación | Correlación de Pearson | ,281                 | 1                      |
|                        | Sig. (bilateral)       | ,059                 |                        |
|                        | N                      | 6                    | 6                      |

**Interpretación:**

La tabla nos muestra, una correlación  $r = -0,281$  con un nivel de significancia  $\alpha = 0,059$  lo que significa que entre el nivel profesional de los colaboradores de la UGEL Canchis y los medios de comunicación, existe una correlación baja. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, a medida que aumenta el nivel profesional de los colaboradores de la UGEL Canchis aumenta levemente su reputación en los medios de comunicación en la percepción del usuario, con una probabilidad de error de 6%, por el nivel de confianza mayor a 5%, se concluye que no existe relación entre el nivel profesional y los medios de comunicación.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN

La presente investigación hace referencia al Clima Organizacional y Percepción de la Imagen Corporativa de Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis en el año 2017.

Se debe precisar que el concepto de clima organizacional según Chiavenato es que el clima organizacional refleja la manera en que las personas interactúan unas con otras, con los clientes y con los proveedores internos y externos, así como el grado de satisfacción con el contexto que las rodea. Con lo que estoy absolutamente de acuerdo ya que, en el proceso de elaboración de la presente investigación, pude comprobar que el clima organizacional efectivamente es la interacción de los usuarios y colaboradores, así como la satisfacción que estos sienten.

Sin embargo, existen diversas propuestas de clima organizacional, pero posiblemente la más clara y concisa sea del autor Litwin, quien señala que el clima organizacional es el estudio del comportamiento, actitudes y desempeño humano en un entorno organizacional; implica basarse en teorías, métodos y principios extraídos de disciplinas como la psicología, sociología y antropología cultural; quien además nos aporta con 9 dimensiones para su perfecto entendimiento.

De esa misma forma encontramos que la Imagen Corporativa para Scheisohn es la construcción que realiza el público a partir de diferente elementos visuales, como culturales, como extraídos de la propia experiencia, sobre una empresa, mientras que Chaves nos indica que es la opinión que tiene una sociedad sobre alguna empresa, ésta opinión se genera no solo con la identidad corporativa, sino también con la calidad del servicio, calidad del producto y demás factores que alguna persona pueda percibir de la empresa, ambas teorías han sido puestas en valor en la presente tesis, considerando precisamente que la Imagen Corporativa efectivamente abarca ambos sentidos.

En el presente trabajo, la comprensión y manejo de las dimensiones del Clima Organizacional se expresan en la estructura, recompensa, responsabilidad, atención al público, cooperación, relaciones, desafío, estándares y conflicto; asimismo la Imagen

Corporativa tiene como dimensiones: identidad, situación actual, reputación, impacto y atención.

En el trabajo de tesis “Estrategias de comunicación interna del GADM-C Guano y su incidencia en el desarrollo institucional, período julio a diciembre de 2013” elaborado por Viera Orozco, se llegó a la conclusión: La falta de comunicación entre jefes de direcciones, autoridades, empleados y trabajadores, se evidencia en los resultados de trabajos realizados dentro de la institución no son los adecuados y óptimos; resultado que sirvió en gran medida para la elaboración de este trabajo de investigación debido a que la cuarta conclusión a la que se arribó indica que: “Se ha determinado un alto grado de correlación entre clima organizacional y la imagen corporativa en a UGEL Canchis, la relación del coeficiente de Pearson es en su mayoría positiva por lo que la relación es directa, a mejor clima organizacional mejor imagen corporativa”, Castilla y Padilla “Clima Organizacional con Relación a la Motivación y la Calidad de Vida Laboral en los Empleados de la E.S.E. Hospital Local Arjona” tienen una conclusión similar indicando que: “Cabe resaltar que algunos trabajadores se sienten insatisfechos por parte de la empresa por no recibir ningún tipo de incentivos (comisión, felicitación, otros) en el momento de realizar su trabajo. Generando inconformidad y desmotivación”.

En las correlaciones, las cuales se detallarán a continuación, tomando en consideración el primer instrumento, se encontró lo siguiente:

Se ha encontrado que la correlación entre estructura y situación actual es moderada, mientras que entre estructura y reputación es mínima, de mismo modo la estructura y el impacto tienen una correlación moderada, finalmente la estructura y la atención presentan una alta correlación.

Por su parte la dimensión de recompensa al ser correlaciona con las dimensiones de imagen institucional, presenta que la recompensa y la situación actual, tienen una correlación muy alta, contrastando la recompensa y la reputación la presentan muy baja, mientras que la recompensa con el impacto la tienen moderada y de igual forma al correlacionada con la atención la presencia es moderada.

Cambiando de dimensión la responsabilidad y la situación actual tiene correlación baja, lo mismo ocurre al contrastarla con la reputación obteniendo correlación baja, las cosas

cambian cuando se correlaciona con el impacto obteniendo correlación moderada y se obtuvo una correlación muy alta al contrastarla con la atención.

En otro ámbito la cooperación y la situación actual tienen una correlación moderada, la cooperación y la reputación presentan correlación baja y en contraposición a eso la cooperación y el impacto presentan correlación alta, finalmente la cooperación y la atención también presentan correlación alta.

Las relaciones con la situación actual, el impacto, y la atención presentan una correlación baja, mientras que, con la reputación, la correlación es moderada.

El desafío al correlacionarse con las dimensiones de situación actual y reputación presentaron una correlación baja, pero al ser contrastadas con el impacto y la atención se obtuvo que presentan una correlación alta.

Por su parte los estándares y la situación actual tuvieron correlación alta, los estándares y la reputación presentaron correlación moderada, asimismo los estándares y el impacto tuvieron correlación alta, finalmente los estándares y la atención tienen correlación alta.

Los conflictos y la situación actual obtuvieron una correlación baja, mientras que los conflictos con la reputación y la atención tuvieron correlación muy alta y los conflictos con impacto tienen correlación moderada.

La identidad al ser correlacionada con la situación actual y el impacto, obtuvo una correlación baja, mientras que al ser correlacionada con la reputación y la atención presentando una correlación muy alta.

Al correlacionar la atención con las demás dimensiones se obtuvo una correlación baja, a excepción de la dimensión que tuvo una correlación alta.

En el segundo instrumento se encontró que al correlacionar la calidad del servicio con el trato personal se obtuvo una correlación muy alta, al hacer lo propio entre calidad del servicio y nivel profesional se encontró una correlación muy alta, mientras que las calidades del servicio con los medios de comunicación tienen una correlación baja.

El trato personal y el nivel profesional tienen una correlación alta, pero con los medios de comunicación tienen una correlación baja.

Finalmente, el nivel profesional y los medios de comunicación presentan una correlación baja.

A la luz de los hechos cabe precisar que existe una alta correlación entre la variable Clima Organizacional y la variable Imagen Corporativa, como lo demuestran los resultados obtenidos mediante el método de chi cuadrado, el cual se realizó midiendo la correlación entre las dimensiones de las variables.

## CONCLUSIONES

**PRIMERO:** Se ha determinado que el clima organizacional y la imagen corporativa de la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis, tienen un alto grado de correlación, como se evidencia con los resultados obtenidos en la presente investigación.

**SEGUNDO:** De acuerdo a la percepción de los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis, el clima organizacional es favorable, por cuanto, el 60,6% de los encuestados manifiesta sentirse motivado en su trabajo, sin embargo, el 28,8% de los trabajador manifiesta que el organizacional se ve afectado por chismes y habladurías y 40,9% debido a las funciones que desempeñan, en tanto que, los usuarios manifiestan que el clima organizacional está afectado, por lo que se concluye que no existe un clima favorable en la UGEL Canchis, siendo los factores principales el desempeño de las funciones y los chismes y habladurías.

**TERCERO:** Según la encuesta aplicada a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis, la percepción de la imagen corporativa es negativa, por cuanto, los encuestados manifiestan que los trabajadores.

**CUARTO:** Se ha determinado un alto grado de correlación entre clima organizacional y la imagen corporativa en la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis, la relación del coeficiente de Pearson es en su mayoría positiva por lo que la relación es directa, a mejor clima organizacional mejor imagen corporativa.

## RECOMENDACIONES

**PRIMERA:** Realizar capacitaciones a los trabajadores de la UGEL Canchis, en temas relacionados a las dimensiones con más grado de relaciones encontradas, atención del público, trabajo en equipo, sistema de estímulos los trabajadores, solución de conflictos.

**SEGUNDA:** Se debe fortalecer el clima organizacional incidiendo en los factores que lo afectan, rediseñar los instrumentos de gestión para delimitar adecuadamente las funciones de los trabajadores de la UGEL y capacitar al personal en relaciones interpersonales y solución de conflictos.

**TERCERA:** Revertir la percepción de la imagen corporativa de la UGEL Canchis con capacitaciones a los trabajadores en el cumplimiento de sus funciones y elevar su nivel profesional en el trato al usuario.

**CUARTA:** Se debe establecer un sistema para elevar el clima organizacional de la UGEL Canchis a través del fortalecimiento de las capacidades de los trabajadores, de esta forma se elevará la percepción de su imagen corporativa.

## BIBLIOGRAFIA

- BRAVO, J., & VIERA OROZCO, J. (2016). Estrategias de comunicación interna del GADM-C guano y su incidencia en el desarrollo institucional, período julio a diciembre de 2013. Riobamba, Chimborazo, Ecuador: Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.**
- CAPRIOTTI, P. (2009). *Branding Corporativo Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Santiago: EBS Consulting Group.
- CAPRIOTTI, P. (2013). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Malaga: Instituto de Investigación de Relaciones Públicas.
- CASTELO ESCOBEDO, C. L., & PINO LECHUGA, M. I. (2003). El Comportamiento organizacional del Hospital Nacional sur este EsSalud del Cusco y su incidencia en la Imagen Institucional. Cusco, Cusco, Perú: Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.
- CASTILLA RAMOS, K. L., & PADILLA VILORIA, J. J. (2011). Clima organizacional con relación a la motivación y la calidad de vida laboral en los empleados de la E.S.E. Hospital Local Arjona. Cartagena, Colombia: Universidad de Cartagena.
- CHAVES, N. (2015). *La Imagen Corporativa*. Barcelona: Gustavo Gil.
- CHIANG, M., MARTÍN, J., & NUÑEZ, A. (2010). *Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral*. Madrid: Comillas.
- CHIAVENATO, I. (2009). *Gestión del talento humano*. Mexico D.F.: McGRAW-HILL.
- CORTINA, J. (2006). *Identidad, identificación e imagen*. México: México FCE.
- DELGADO VALENCIA, M. (2015). Percepción del clima laboral que tienen los clientes del hotel “Colca Lodge – Spa & Hot Springs”, periodo 2014. Arequipa, Arequipa, Perú: Universidad Nacional San Agustín de Arequipa.
- FACCHIN, J. (2018). *El blog de Jose Facchin*. Obtenido de <https://josefacchin.com/este-escaparate-llamado-internet-imagen-y-reputacion-corporativa/>
- FIALLO, D., ALVARADO, P., & SOTO, S. (2015). “El clima organizacional dentro de un empresa”. *Contribuciones a la Economía*.
- HERNÁNDEZ, R., FERNÁNDEZ, C., & BAPTISTA, P. (2014). *Metodología de la investigación 6ta edición*. Mexico D.F.: Mc Graw Hill Education.
- PORRAS BALTAZAR, F., & PRIETO QUISPE, L. G. (2014). Calidad de Servicio y su Relación con la satisfacción del cliente en el área de operaciones del Banco de

Crédito del Perú oficina principal Cusco. Cusco, Cusco, Perú: Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

PRIETO, P. (2013). Gestión del talento humano como estrategia para retención del personal.

Medellin, Colombia: Universidad de Medellin .

QUISPE DE LA TORRE, D. (2014). Clima laboral y percepción de la imagen institucional en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Público "Juan Velasco Alvarado" año 2013. Lima, Lima, Perú: Universidad San Martin de Porres.

ROBBINS, S., & JUDGE, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. Mexico D.F.: Pearson Educación de México.

ROBBINS, S., & JUDGE, T. (2009). *Comportamiento organizacional*. Mexico D.F.: Pearson Educación.

SCHEINSOHN, D. (1998). *Dinamica de la comunicacion y de la imagen corporativa*. Buenos Aires: Fundacion OSDE.

## LINKOGRAFIA

- visaempresarial.com.* (20 de Abril de 2016). obtenido de [https://visaempresarial.com/pe/noticias/la-importancia-de-la-identidad-corporativa\\_1343](https://visaempresarial.com/pe/noticias/la-importancia-de-la-identidad-corporativa_1343)
- CASTAÑEDA, C. (29 de Mayo de 2017). *Acerta.* obtenido de <http://acertacomunicaciones.com/imagen-e-identidad-corporativa/>
- DEL POZO, J. (17 de Marzo de 2017). *somoswaka.com.* obtenido de <https://www.somoswaka.com/blog/2017/03/que-es-la-imagen-corporativa/>
- ESAN, U. (21 de Julio de 2015). *Conexión ESAN.* obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2015/07/nueve-dimensiones-clima-organizacional/>
- ESCALANTE, J. (7 de Julio de 2017). *Marketing link.* Obtenido de <http://marketinglink.up.edu.pe/impacto-la-imagen-corporativa/>
- FACCHIN, J. (2018). *El blog de Jose Facchin.* obtenido de <https://josefacchin.com/este-escaparate-llamado-internet-imagen-y-reputacion-corporativa/>
- JOSEP. (2018). *Rincon del Vago.* Obtenido de <https://html.rincondelvago.com/piramide-de-maslow.html>
- MPFN.* (s.f.). obtenido de [https://www.mpfm.gob.pe/escuela/contenido/actividades/docs/2292\\_12separata.pdf](https://www.mpfm.gob.pe/escuela/contenido/actividades/docs/2292_12separata.pdf)
- SOTO, B. (17 de junio de 2011). *Gestion.org.* obtenido de <https://www.gestion.org/recursos-humanos/clima-laboral/4004/que-es-el-clima-organizacional/>
- VILLAFANE. (18 de Junio de 2015). *Villafane & asociados consultores .* Obtenido de <http://www.villafane.com/reputacion-corporativa-que-es-y-que-parece-ser/>
- VILLAFAÑE, J. (2017). *RRPP Net.* obtenido de <http://www.rrppnet.com.ar/reputacioncorporativa.htm>

**ANEXO**

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

| PROBLEMAS   | OBJETIVOS   | HIPÓTESIS  | VARIABLES            | DIMENSIONES   | INDICADORES   | METODOLOGÍA   |
|---|---|--|----------------------|---|---|---|
| PG. ¿Cuál es la relación que existe entre el clima organizacional y la percepción de la imagen corporativa de la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis en el año 2017? | OG. Determinar la relación que existe entre el clima organizacional y la percepción de la imagen corporativa de la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis en el año 2017. | HG. Existe una relación directa y perjudicial entre el clima organizacional y la percepción de la imagen corporativa de la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis en el año 2017.  | Clima Organizacional | Estructura  | Trabajadores que consideran que tienen condiciones laborales, remuneración salarial y seguridad laboral.              | <p><b>METODO</b><br/>Descriptivo correlacional</p> <p><b>TIPO</b><br/>Descriptivo explicativo</p> <p><b>NIVEL</b><br/>Sustantivo evaluativo</p> <p><b>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b><br/>Descriptivo Correlacional</p> <p><b>TÉCNICAS</b><br/>Encuestas Entrevistas</p> <p><b>INSTRUMENTOS</b><br/>Cuestionario de preguntas cerradas. Cuestionario de preguntas abiertas.</p> <p><b>POBLACIÓN</b><br/><u>Público Interno:</u><br/>80 trabajadores de la SEDE de la UGEL Sicuani.<br/><u>Público Externo:</u><br/>371 docentes de la Instituciones Educativas Secundarias de la ciudad de Sicuani.</p> <p><b>MUESTRA</b><br/><u>Público interno:</u><br/>66 personas.<br/><u>Público externo:</u><br/>189 personas.</p> |
| PE. ¿Cuál es el clima organizacional en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa local de Canchis, durante el año 2017?  | OE. Describir el clima organizacional en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa local de Canchis, durante el año 2017.  | HE. El clima organizacional en los trabajadores de la unidad de Gestión Educativa Local de Canchis, durante el año 2017, se percibe como deficiente                                      |                      | Recompensa  | Trabajadores que reciben incentivos laborales.  |   |
|   |   |  |                      | Responsabilidad   | Trabajadores que conocen y cumplen sus funciones.   |   |
|   |   |  |                      | Atención al público   | Trabajadores que atienden adecuadamente al público.   |   |
|   |   |  |                      | Cooperación   | Empleados que trabajan en equipo. (identificación de relaciones inter-personales)                                     |   |
|   |   |  |                      | Relaciones  | Trabajadores que tienen fluidez y rapidez en la comunicación.   |   |
|   |   |  |                      | Desafío   | Control de los trabajadores sobre el proceso de producción.   |   |
|   |   |  |                      | Estándares  | Percepción de los trabajadores sobre los parámetros establecidos por la empresa en torno a los niveles de rendimiento |   |
|   |   |  |                      | Conflictos  | Superiores y colaboradores y su reacción ante situaciones de crisis   |   |
|   |   |  | Identidad            | Colaboradores que se sienten orgullosos de ser parte de la institución. |   |   |
| ¿Cuál es la percepción de la imagen corporativa en los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa local de Canchis, durante el año 2017?                                      | a. Identificar la percepción de la imagen corporativa en los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa local de Canchis, durante el año 2017.                                  | La percepción de la imagen corporativa en los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa local de Canchis, durante el año 2017, es negativa.   | Imagen Corporativa   | Concepción Dinámica   | Nivel de confianza en los usuarios hacia la organización.   |   |
| ¿Cómo influye el clima organizacional en la imagen corporativa en los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa local de Canchis, durante el año 2017?                       | a. Determinar la relación entre el clima organizacional y la imagen corporativa en los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa local de Canchis, durante el año 2017.        | Existe una alta relación entre el clima organizacional y la percepción de la imagen corporativa en los usuarios de la unidad de Gestión Educativa local de Canchis, durante el año 2017. |                      | Reputación  | Porcentaje de la percepción del nivel compromiso con la institución, respeto por las normas institucionales.          |   |
|   |   |  |                      | Impacto   | Porcentaje de apreciación del usuario hacia la institución.   |   |
|   |   |  |                      | Atención  | Porcentaje de usuarios satisfechos con la atención recibida.  |   |

Fuente: Elaboración propia.

## **ENTREVISTA N°1**

### **1. ENTREVISTA A GERMÁN HUAHUALUQUE FLORES DIRECTOR DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA INMACULADA CONCEPCIÓN DE CANCHIS RESPECTO A CLIMA ORGANIZACIONAL**

#### **1.- ¿Qué opina respecto a las condiciones laborales, remuneración salarial y seguridad laboral de los trabajadores de la UGEL CANCHIS?**

No trabajo básicamente en la UGEL, yo percibo desde mi lugar de trabajo, no se mucho, pero se comenta bastante, de que hay problemas del trato que se tiene entre cada uno de ellos, en los grupos que tienen, los antiguos, los nuevos, los contratados, desde mi punto de vista no sé exactamente, pero eso es lo que percibo que si tienen problemas y seguramente por los antiguos principalmente.

#### **2.- ¿Sabe si los trabajadores reciben incentivos laborales?**

Anteriormente si no, el famoso plus que lo llaman ellos reciben, pero tampoco sabemos exactamente cuanto no, si es una buena cantidad lo que ellos reciben, tengo muchos amigos que trabajan en la UGEL pero no hablo de remuneraciones, me dicen algunos que es bastante otros que es poco y algunos me dicen que ya no reciben últimamente pero exactamente no sé si reciben, yo pienso que si deben recibir.

#### **3.- ¿Cuál es su opinión respecto a las responsabilidades de los colaboradores de la UGEL CANCHIS? ¿Hacen una buena función?**

Buena la responsabilidad mayor en la educación de nuestros estudiantes, creo que es de ellos no, pero muchos de ellos están ahí solamente por cumplir, básicamente los que están ahí trabajando más tiempo nosotros los llamamos como los dueños de la UGEL no se nota el trabajo de ellos, ellos vienen, cumplen, están y van, pero no de todos no, hay un sector que si está ahí moviéndose, preocupados, visitándonos, pero la mayoría de ellos están por cumplir.

#### **4.- ¿Los trabajadores atienden adecuadamente al público?**

Bueno ahí tengo que decirles que no, muchas veces nos maltratan, no nos atienden como debe de ser, cuando debe de ser lo contrario, pero ni siquiera nos ven como profesores si no como cualquier persona, no nos tratan bien.

### **5.- Identifica trabajo en equipo en la UGEL CANCHIS?**

En algunos sectores sí, pero en la mayoría al parecer no, por ejemplo, el único que yo veo que trabaja en equipo creo que es AGP, pero en los demás creo que no.

### **6.- ¿Cuáles son las falencias que más ha identificado en el proceso de producción en la UGEL CANCHIS en el año 2017?**

¿En el proceso de producción? Bueno ese es el trabajo en equipo que usted me ha mencionado que debería de ser en todas las direcciones o las áreas que tiene la UGEL, pero solamente se ve un área o a veces ninguna, que traba en ese equipo, pero las demás áreas no, no se ve ese trabajo en equipo.

### **7.- ¿Cuáles han sido los conflictos laborales más identificables en la UGEL CANCHIS en el año 2017?**

Pienso que es por los mismos motivos que UD. mencionaba de que si tienen un plus, que tienen otro tipo de pagos, creo que el director que entro el 2017 quería averiguar sobre eso, o quería cortar, algo así, pienso que son los mismos trabajadores de la UGEL organizados en su sindicato creo que pararon eso o motivaron que el SUTE también este metido en eso y ha hecho que saquen al director hasta lo sancionen inclusive, pero pienso que todo eso ha motivado.

### **8.- ¿Los trabajadores de la UGEL CANCHIS sacan cara por la institución?**

Creo que cuando les conviene, si cuando les conviene, pero cuando no creo que más bien están en contra, pienso en general que no, no sacan cara.

## **RESPECTO A IMAGEN CORPORATIVA**

### **1.- ¿Cómo valoraría la situación actual de la UGEL CANCHIS?**

Bueno, regular a peor, porque sacando conclusiones o con el mismo comentario de acá, que los docentes que yo trabajo, a veces no son bien tratados o nosotros mismos cuando vamos, en muchas oficinas no nos dan la certeza o lo que queremos pedir con seguridad o nos dicen para mañana o que no saben etcétera.

**2.- ¿Considera que la UGEL CANCHIS es una institución prestigiosa?**

No creo, no lo considero prestigiosa por los problemas que hay, por los problemas que no quedan claros, el mismo SUTE la organización de los docentes piden la organización se deba a algo no, entonces yo no lo considero prestigiosa.

**3.- ¿Desde su labor cual es la percepción del usuario respecto a la apreciación de la UGEL CANCHIS?**

Si creo que anteriormente ya había indicado, es bastante negativa, ellos mismos están desconcertados por la atención o por lo que hay no, ni nosotros mismos conocemos y al parecer ni los mismos trabajadores o jefes que trabajan ahí conoce no, de algunos problemas que están sucediendo en la UGEL y si ellos no conocen, pero nosotros no conocemos no, los comentarios solamente, sería buen que nos aclaren exactamente qué pasa con, todo eso la imagen esta por los suelos de la UGEL.

**4.- ¿Los usuarios terminan satisfechos con la atención recibida en la UGEL CANCHIS?**

No terminan satisfechos por los problemas que hay no, el desprestigio de la UGEL.

**5.- ¿Confía en los medios de Comunicación?**

Tampoco, no en todos, hay algunos que son extremos, algunas si, pero algunas también se parcializan, no confío tampoco en los medios de comunicación, porque en algunos casos exageran, porque nosotros mismos somos parte en ello, en algunos casos también mencionan a la institución donde a veces exageran o no conocen la situación, entonces ahí en la prensa pues no miden las consecuencias.

**6.- ¿Cuál es el principal déficit de la UGEL CANCHIS?**

Yo pienso el maltrato a los docentes y también la forma de como maneja la UGEL, no se quienes no, no sé si son dirigentes, me dicen que solamente son dos o tres personas los que manejan la UGEL, para mi es totalmente negativo.

**7.- ¿Cuál es la imagen que en términos generales tiene Ud. de la UGEL? (mala- regular- buena- muy buena)**

Para mí de regular y mala, por todos los detalles que hemos conversado.

## **ENTREVISTA N°2**

**ENTREVISTA A CESAR NAVARRO NINA DIRECTOR DE LA GRAN UNIDAD ESCULAR MATEO PUMACAHUA**

**RESPECTO A CLIMA ORGANIZACIONAL**

**1.- ¿Qué opina respecto a las condiciones laborales, remuneración salarial y seguridad laboral de los trabajadores de la UGEL CANCHIS?**

Creo que en la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis, bueno se percibe por parte de los colegas maestros de que se sienten un poco maltratados por que generalmente la UGEL Canchis representa al gobierno central en este caso al ministerio de educación, entonces creo que hay una percepción no buena.

**2.- ¿Sabe si los trabajadores reciben incentivos laborales?**

Bueno los trabajadores, me refiero a los trabajadores en este caso no tienen ningún tipo de incentivo, salvo los trabajadores de la planta, como el plus, entre otros, pero los trabajadores que están fuera de la UGEL creo que no tienen ningún tipo de incentivo

**3.- ¿Cuál es su opinión respecto a las responsabilidades de los colaboradores de la UGEL CANCHIS? ¿Hacen una buena función?**

Yo puedo contestar a esta pregunta en función a lo que comentan mis profesores lamentablemente tienen una mala concepción, también se generaliza que en la UGEL Canchis la atención no es buena, pero también quería aclarar de que no todos los trabajadores son así, otros trabajadores no cumplen sus funciones a cabalidad o hasta les maltratan y eso hace que generalicen a toda la UGEL Canchis como que no cumplen su función como debe ser

**4.- ¿Los trabajadores atienden adecuadamente al público?**

Justamente ahí es la queja, muchos usuarios vienen inclusive de distritos, en nuestro caso por ejemplo trabajan en dos turnos y a veces uno va en turno contrariado, ósea en otro turno y a

veces ven que las oficinas ya están cerradas y no saben cómo buscar la atención por parte de los trabajadores de la UGEL.

#### **5.- Identifica trabajo en equipo en la UGEL CANCHIS?**

Bueno pareciera que no trabajaran en equipo, eso es lo que se puede percibir, exactamente debería uno estar ahí pendiente para ver cómo trabaja, pero pareciera que cada quien trabajara por su lado, porque eso he podido percibir, en una oportunidad yo presente un documento, por un lado, me daban otra respuesta y en otra oficina me daban otra respuesta, como que no hay un trabajo digamos consensuado.

#### **6.- ¿Cuáles han sido los conflictos laborales más identificables en la UGEL CANCHIS en el año 2017?**

Creo que el año 2017 ha sido el peor año para la UGEL Canchis porque hubo levantamiento por parte de los profesores en contra de algunos trabajadores de la UGEL Canchis y a raíz de eso inclusive tuvieron que improvisar digamos hasta directores para suplir el tiempo que estaba ausente el titular y también la huelga que ha sido demasadamente largo que ha afectado bastante y pienso que los que laboran en la UGEL Canchis particularmente el director de la UGEL sabe mejor esto porque pienso que ha sido el peor año el 2017.

#### **7.- ¿Los trabajadores de la UGEL CANCHIS sacan cara por la institución?**

Yo no percibo tanto no, yo sé que hay trabajadores que trabajan a conciencia hacen mucho por la UGEL Canchis, pero hay trabajos que lamentablemente, discúlpeme pero que ni siquiera deberían de trabajar.

### **REPECTO A IMAGEN CORPORATIVA**

#### **1.- ¿Cómo valoraría la situación actual de la UGEL CANCHIS?**

Bueno 2017 como decía era el peor año, yo creo que ahora se nota que más o menos se puede percibir que están yendo de mal a regular.

**2.- ¿Considera que la UGEL CANCHIS es una institución prestigiosa?**

Bueno con lo que se ha manifestado creo que falta para serlo, yo creo que aquí debemos de contribuir todos, ósea los trabajadores que están de planta y lo que estamos fuera trabajando, todos debemos de hacerlo, pero los llamados son los trabajadores de la planta.

**3.- ¿Desde su labor cual es la percepción del usuario respecto a la apreciación de la UGEL CANCHIS?**

Bueno las quejas son fuertes, siempre están molestos, que nos han sido absueltos sus peticiones, sus preguntas o que simplemente cualquier trámite que hacen tiene que pasar semanas, meses y eso es una incomodidad para los usuarios.

**4.- ¿Los usuarios terminan satisfechos con la atención recibida en la UGEL CANCHIS?**

Su usted hiciera una encuesta estoy seguro que un 90% le dirán que nos están satisfechos.

**5.- ¿Confía en los medios de Comunicación?**

Bueno aquí en nuestra ciudad de Sicuani, bueno so se puede confiar porque he visto que lamentablemente hay personas que cita al periodismo que en primer lugar no han estudiado para ser periodistas y a veces hay más chismografía que digamos una información para la población.

**6.- ¿Cuál es el principal déficit de la UGEL CANCHIS?**

Yo creo que aquí la atención a los usuarios debería de mejorar, yo veo que ese es el déficit que yo noto en la UGEL Canchis.

**7.- ¿Cuál es la imagen que en términos generales tiene Ud. de la UGEL? (mala- regular- buena- muy buena)**

Bueno creo que ahora están tratando de mejorar como le digo, yo calificaría como regular por ahora, pero creo que eso no es suficiente, tiene que mejorar como le digo.

### **ENTREVISTA N°3**

#### **ENTREVISTA A ELVIA ARIAS ALFARO SUB DIRECTORA DE LA INSTITUCION EDUCATIVA GAONA CISNEROS**

##### **RESPECTO A CLIMA ORGANIZACIONAL**

##### **1.- ¿Qué opina respecto a las condiciones laborales, remuneración salarial seguridad laboral de los trabajadores de la UGEL CANCHIS?**

Respecto a esa pregunta creo que las condiciones laborales, la remuneración salarial y seguridad laboral de los trabajadores de la UGEL Canchis corre la misma suerte de la mayoría de las instituciones del sector público, aunque últimamente se ha incrementado un bono adicional a los directores de UGEL, a los jefes y a los especialistas, lo que incentiva a los demás docentes a prepararse más y más para poder acceder a estos cargos.

##### **2.- ¿Sabe si los trabajadores reciben incentivos laborales?**

Si, probablemente me dijeron que recibían un bono, además me consta, para comprar productos de primera necesidad generalmente en dos tiendas comerciales de la ciudad, hoy en día creo que probablemente este bono solo lo reciben los trabajadores administrativos, también por ahí tengo información de que reciben un plus.

##### **3.- ¿Cuál es su opinión respecto a las responsabilidades de los colaboradores de la UGEL CANCHIS? ¿Hacen una buena función?**

Los colaboradores de la UGEL Canchis, realizan una función regular respecto a sus responsabilidades ya que la mayoría de e mayoría de ellos simplemente trata de cumplir su horario de trabajo y no le poner mayor esfuerzo ni empeño en lograr el desarrollo de la institución.

##### **4.- ¿Los trabajadores atienden adecuadamente al público?**

La atención al público a veces, por no decir en su mayoría, no es la adecuada, los horarios de atención no permiten hacer algunas gestiones en horarios alternos al trabajo que realizan los docentes y administrativos en las otras instituciones educativas, aunque hay algunas oficinas en las muy amablemente algunas personas le atienden.

**5.- ¿Identifica trabajo en equipo en la UGEL CANCHIS?**

Trabajo en equipo podríamos decir que en algunas ocasiones he observado por ejemplo en los talleres que organiza la UGEL veo que en forma conjunta se ayudan los unos a los otros de las diferentes oficinas para que pueda salir de mejor manera y así lograr un éxito en el taller que están realizando.

**6.- ¿Cuáles son las falencias que más ha identificado en el proceso de producción en la UGEL CANCHIS en el año 2017?**

Pienso que lo primero y lo más importante para que pueda orientar el trabajo de la UGEL Canchis se debiera de actualizar el proyecto educativo a nivel de la UGEL para que pueda ser un documento que rijan y oriente el trabajo de la institución.

**7.- ¿Cuáles han sido los conflictos laborales más identificables en la UGEL CANCHIS en el año 2017?**

El año 2017 realmente fue un año, donde hubo bastante conflicto respecto al problema de la dirección en la UGEL Canchis, a pesar de que el director fue designado por concurso, hubo muchos problemas, primeramente pidieron su vacancia con una huelga, posteriormente pusieron una directora en su reemplazo que no le dieron todas las facultades necesarias para poder firmar y poder tomar las decisiones como se debe, entonces también a ella la cambiaron y pusieron a una nueva directora, que bueno me reservo la opinión de decir como a trabajador, entonces eso ha hecho que haya problemas no solamente de ese tipo, también hubo problemas con el sindicato ya que hubo una primera huelga para pedir la vacancia del primer director Henry Calle y después se vino la huelga indefinida del SUTEP Cusco, donde los profesores pidieron sus reivindicaciones salariales etcétera que ya es bastante conocido.

**8.- ¿Los trabajadores de la UGEL Canchis sacan cara por la institución?**

Los trabajadores de la UGEL Canchis, durante el periodo del año pasado me parecen que no mostraron gran apoyo a su director cuando estuvo en conflictos con el SUTEP, demostraron una actitud pasiva y contemplante.

## **RESPECTO A IMAGEN CORPORATIVA**

### **1.- ¿Cómo valoraría la situación actual de la UGEL CANCHIS?**

Bueno la UGEL Canchis es una institución que debe de trabajar de manera más coordinada con las instituciones educativas para lograr el desarrollo educativo de la provincia, me parece que todavía le faltan mayores niveles de coordinación para que pueda superar todas sus falencias.

### **2.- ¿Considera que la UGEL CANCHIS es una institución prestigiosa?**

Bueno la UGEL Canchis como toda institución en teoría debería de ser un modelo a seguir como institución, pero debido todos los problemas internos y problemas que también se ve en el exterior, me parece ha ido decayendo año a año, día a día y es hora de ponerse a trabajar para mejorar la imagen institucional.

### **3.- ¿Desde su labor cual es la percepción del usuario respecto a la apreciación de la UGEL CANCHIS?**

Bueno acá en la institución los docentes normalmente piden permiso para algún trámite en la UGEL Canchis, pero el problema es que demoran demasiado tiempo debido a que no reciben una atención inmediata, entonces los docentes se ponen a formar las colas que hay en mesa de aportes y generalmente solo hacen ese trámite en un día y después tiene que ir y regresar reiteradas veces para hacer el seguimiento y ver en que esta y poder lograr el objetivo que perseguían los docentes.

### **4.- ¿Los usuarios terminan satisfechos con la atención recibida en la UGEL CANCHIS?**

Los usuarios en su mayoría quedan insatisfechos con la atención recibida debido a que deben de perder muchísimo tiempo en realizar sus trámites y a veces sin resultados satisfactorios para que le digan: no hay, no procede, no se puede. Tiene que haber pasado muchísimo tiempo y pesen están detrás y no pueden lograr su objetivo de sacar por ejemplo una buena resolución, la única resolución que les llega rapidísimo es la cese cuando cumplen los 65 años esa te lo tren personalmente a la I.E.

### **5.- ¿Confía en los medios de Comunicación?**

En los medios de comunicación en general, bueno sabemos que la prensa casi en su mayoría es parcializada entonces hay que tratar de ver qué clase de medio de comunicación uno va a utilizar o que prensa va a ver pero refiriéndonos a nuestra localidad de la ciudad de Sicuani realmente deja mucho que desear, nuestro periodistas entre comillas dejan mucho que desear, en su totalidad simplemente se parcializan y dan acceso a sus medios de comunicación de acuerdo a sus propios intereses, desvirtúan la visión global de la realidad, no son nada objetivos.

### **6.- ¿Cuál es el principal déficit de la UGEL CANCHIS?**

Yo creo que deben de mejorar el servicio al público usuario, que accede día a día van a la UGEL tratando de lograr sus resoluciones, hacer diferentes tramites y la pérdida de tiempo es exagerada y ese tiempo a veces se pierde en que el docente y los usuarios también tengan que hacer mayor actividad en sus I.E.

### **7.- ¿Cuál es la imagen que en términos generales tiene Ud. de la UGEL? (mala- regular- buena- muy buena).**

Yo pienso que es regular, tienen cosas rescatables, pero se tiene que mejorar bastante.

## **ENTREVISTA N°4**

### **ENTREVISTA A KHATTY UGARTE DIRIGENTE GENERAL DEL SUTEP BASE CANCHIS**

#### **RESPECTO A CLIMA ORGANIZACIONAL**

#### **1.- ¿Qué opina respecto a las condiciones laborales, remuneración salarial seguridad laboral de los trabajadores de la UGEL CANCHIS?**

Sobre el aspecto que usted me dice. Condiciones laborales remunerativas, justamente tenemos ese problema los dirigente del SUTEP Canchis tener que investigar las condiciones laborales de los trabajadores de planta de la UGEL Canchis puesto que ya hace años el SUTEP Canchis ha pedido investigación, por qué ellos tienen una remuneración muy separada de los trabajadores que vienen destacados, es más cuál será su remuneración porque reciben a parte de su cheque reciben como un bono interna que ellos lo manejan de manera clandestina yo diría, ese es el conflicto que ahora se está creando entre los trabajadores de la UGEL Canchis.

**2.- ¿Sabe si los trabajadores reciben incentivos laborales?**

Bueno solamente reciben los trabajadores de planta es decir los nombrados y los que van destacados o lo que van con contrata, ellos no reciben ningún incentivo, más al contrario ellos son los que trabajan, hacen el trabajo de los trabajadores de planta, nosotros como vemos el trabajo de ellos solamente me parece que figuran ahí, es más algunas trabajadoras ya dueñas de la UGEL vienen la ratito se sientan y paran saliéndose a cada rato de la UGEL y creo que eso no es un trabajo eficiente donde ellas deberían responder para lo cual han sido nombradas en dicho trabajo.

**3.- ¿Cuál es su opinión respecto a las responsabilidades de los colaboradores de la UGEL CANCHIS? ¿Hacen una buena función?**

Haciendo una investigación, tantas denuncias que tienen los trabajadores de planta, los que manejan la UGEL mas que todo como dicen los que ya se han enquistado pues ellos capturan a cualquier director que vaya nombrado ya sea contratado a la UGEL Canchis para que así a su gusto de ellos tienen que administrar la UGEL si no pues indisponen a cualquier trabajador, tal es el caso de muchos directores que no estaban a gusto en su trabajo y empezaban a sacarle de todo para que pueda renunciar.

**4.- ¿Los trabajadores atienden adecuadamente al público?**

No todos, los trabajadores que van destacados, los que van en contrata ellos responden con su trabajo que vemos, pero los trabajadores que son de planta no les interesa como son nombrados, maltratan al maestro por eso hay muchas denuncias en la UGEL por maltrato porque no saben atender al público, creen que gritándoles pues las personas van a estar satisfechas con lo que hacen, más bien yo creo que en ese aspecto deberían de recibir un taller de relaciones humanas.

**5.- ¿Identifica trabajo en equipo en la UGEL Canchis?**

En equipo más es lo que se miran entre trabajadores y los que trabajan más son los trabajadores contratados o destacados, porque equipo casi no se ve.

**6.- ¿Cuáles han sido los conflictos laborales más identificables en la UGEL Canchis en el año 2017?**

Justamente se está denunciando ahora, se está pidiendo intervención y reorganización de la UGEL, porque hay tráfico de influencias, eso lo manejan por ejemplo en el proceso de contrataciones CAS todo es tráfico de influencias, es una corrupción que se ha enraizado por muchos años en la UGEL Canchis, cansado el sindicato está pidiendo ahora la intervención y reorganización de la UGEL Canchis, por esos problemas es más el maltrato que hacen a todos los maestros, así descaradamente hacen esos maltratos, no solo verbales también psicológicos, yo creo que todos merecemos respeto, es por ello que ahora está pues en problemas la UGEL Canchis y la directora regional se ha hecho presente para poder formar la comisión donde se va a intervenir y reorganizar la UGEL Canchis.

**7.- ¿Los trabajadores de la UGEL Canchis sacan cara por la institución?**

Cara no, yo creo que son muy indiferentes, los trabajadores de planta, porque quienes dan todo el lomo y todo por la UGEL son los trabajadores destacados, pero a los trabajadores de planta no les importa, ellos entran se sientan, pican, se van a tomar su desayuno, regresan hacen una vueltita ese es su trabajo de ellos, realmente si haríamos una evaluación de desempeño de trabajo creo que todos esos saldrían, así como nos hacen al maestro no poder siquiera dejar la institución educativa un momento, entonces todos esos aspectos se está viendo y pues, necesitamos con urgencia que se tenga que reorganizar la UGEL Canchis, el director hizo también una denuncia, de la cual el director de la UGEL también ha sido observado y denunciado y sancionado el año 2017, no solo el también el trabajador que vino de AGP ese señor está más observado por ser un maltratador, entonces todo ellos ahora estamos viendo que tenga que ver un cambio total, porque la corrupción no solamente está en el ministerio también en las UGELs, tal es el caso todos los trabajadores tienen influencias, tienen pues familiares, amiguismos, el tráfico de influencias para cualquier trabajo como reina en ahí.

**REPECTO A IMAGEN CORPORATIVA**

**1.- ¿Cómo valoraría la situación actual de la UGEL CANCHIS?**

Bueno la imagen yo creo que se ha ido por los suelos por tantas denuncias, el año pasado se tomó cuatro días la UGEL Canchis por el SUTEP, inclusive pedimos la renuncia del director y del señor Elias Perez de la UGEL Canchis quien es el especialista de AGP, pero sin embargo

como el gobierno tiene todas las leyes en favor de la corrupción, esta les ampara y esas evaluaciones que maneja el gobierno pues realmente no son como debería ser, entonces es una pantomima, un análisis que hemos hecho nosotros es que la imagen esta por los suelos, lo que tiene que hacerse es más bien trabajar por esta imagen institucional ya será con nuevos trabajadores que en verdad hagan el trabajo en equipo, el trabajo como profesionales que son para poder mejorar la UGEL Canchis.

## **2.- ¿Desde su labor cual es la percepción del usuario respecto a la apreciación de la UGEL CANCHIS?**

Es como si dijera que es una olla de grillos, todo es apariencia adentro entre trabajadores, hay unas luchas internas y se les nota en su forma de tratar, por eso digo que necesitan un taller urgentemente sobre el trato y relaciones humanas con las personas.

## **3.- ¿Los usuarios terminan satisfechos con la atención recibida en la UGEL CANCHIS?**

No, cuantas veces se han quejado por ejemplo una resolución tiene un plazo de quince días para poder salir, pero sin embargo al que de repente tiene amigos o algo rápido le sacan pero al resto ni les va ni les viene, ahí están las resoluciones estancadas, en otras palabras falta un trabajo eficiente a pesar de que tienen tanto personal contratado ahí, de igual forma en las demás áreas, justamente ahora estamos pidiendo que entren trabajadores que sean eficientes en su trabajo y porque no se puede aplicar yo digo la evaluación de desempeño si a los maestros nos están aplicando, porque no ahí también, yo creo que así también habría un mejor cambio, por ejemplo ¿Por qué se está pidiendo la intervención? Hay un grupo de trabajadores de planta que manejan la UGEL y ellos tienen pues una cuenta privada con los dineros de los maestros en donde lo han manejado muy separado que no es correcto que ni siquiera el director tiene derecho a ver esa cuenta, si quieren hacer algo privado que lo hagan con su dinero y no con los descuentos de inasistencia, licencias, esos dineros no sabemos cuánto hay, son de diecisiete años, entonces es por eso que estamos haciendo una investigación, ahora ha venido contraloría hace tres años se ha hecho una investigación, hasta contraloría ha encontrado y estamos esperando pues que tenga que dar los resultados, porque como hay tráfico de influencias, lo tratan de tapas ahí, ahora también nos están dilatando el tiempo, por ejemplo ya hicimos la comisión para que tenga que formalizarse con una RD con la directora para que pueda comenzar

con eso del proceso de intervención pero sin embargo aducen y presentan otro documento, en otras palabras dilatando para que no se lleve a cabo, entonces nos hemos cansado ahora, nos hemos ido al gobiernos regional para que mediante el gobierno regional tengamos que ir a la DREC t tengamos que poner en posición a la directora regional de educación, no es justo que con personas así como ya se las saben todas tengan que manejar de esa manera por tener que tapar toda la corrupción que existe, yo podría decir como dice no podemos decir que si hay corrupción hay que decir supuestamente las corrupciones que existen entonces si existiría supuestamente porque ha tenido que mantenerse en privado una cuenta que no dejar, ni siquiera quieren decir quiénes son los que integran ahí.

#### **4.- ¿Confía en los medios de Comunicación?**

Bueno hay medios de comunicación que realmente hacen su papel como medios porque ellos deben de investigar y otros solamente pues hablan por dinero lo que sea, nosotros conocemos la ciudad de Sicuani sabemos que medios dicen la verdad y que medios pues se prestan donde hay dinero hacen lo que quieren con su medio de comunicación es igual a nivel nacional como decimos los medios mermeleros que se prestan para la corrupción y tener que tapar la realidad de nuestro país igualmente pasa acá en nuestra provincia.

#### **6.- ¿Cuál es la imagen que en términos generales tiene Ud. de la UGEL? (mala- regular- buena- muy buena)**

Para mi es regular, porque si no habría esos trabajadores destacados, los trabajadores en contrata yo creo que se iría de pique, claro que el director está tratando de hacer mejor las cosas ojala que siga así porque lo que veo es que quiere el también que se investigue, porque también tenemos nosotros conocimiento que él ha denunciado desde su dirección y por eso es que le han denunciado a él y le han hecho pisar el palito en tantas denuncias, ojala que continúen y no tenga que retractarse después, el SUTEP está haciendo su trabajo tratando de que se investigue todo lo que está pasando adentro para que los maestros también tengan que conocer y de esa manera tengan que hacer una real investigación, un trabajo donde el maestro sea acogido con cariño o con respeto como en otras UGELES, por ejemplo he estado en Lima en el ministerio he estado en Arequipa y no es el trato así, ósea el nivel es muy diferente no me refiero a que las personas acá por el hecho de que trabajan en una oficina hay que saludarlas así, si no la humildad

cuando uno es más profesional es más asequible, más humilde, es más tratable, pero acá es lo contrario, ese es el problema, entonces hay cosas en las que de repente tenemos que cambiar como personas como profesionales y eso falta en la UGEL.

## **ENTREVISTA N°6**

### **ENTREVISTA A PATRICIA PAREDES CENTENO EX DIRECTORA DE LA UGEL CANCHIS – PERIODO 2017**

#### **RESPECTO A CLIMA ORGANIZACIONAL**

#### **1.- ¿Qué opina respecto a las condiciones laborales, remuneración salarial seguridad laboral de los trabajadores de la UGEL CANCHIS?**

En la UGEL Canchis, existen cuatro clases de trabajadores:

- Trabajadores que pertenecen al decreto legislativo 276 y que son el grupo de trabajadores nombrados, ellos perciben incentivos como los beneficios del Decreto de emergencia 88 y que es un incentivo laboral por productividad, además la RDR es decir los recursos directamente recaudados y que se traduce en un bono de alimentos mensual, anualmente se les otorga vestuario.
- Los de la Ley 29944 Ley de la Reforma Magisterial, que son el grupo de especialistas designados, y que asumieron sus funciones en mérito a un concurso Nacional, a los que han sido a los que le corresponde el incentivo por función de especialista dado a nivel nacional, sin embargo también está el grupo de especialistas nombrados bajo esta ley que no perciben este incentivo ni los beneficios de los trabajadores administrativos nombrados, y el grupo de los especialistas destacados que perciben un porcentaje del 75% del incentivo de los especialistas designados.
- Los trabajadores CAS, que tienen un contrato de trabajo por tres meses según la Ley del Servicio Civil, su contrato es renovable de acuerdo a las necesidades y a su desempeño laboral, ellos no perciben ningún incentivo por su labor y su remuneración va desde los 1000 soles hasta los 2500 soles.
- Los trabajadores con Recibo por honorarios, que son el grupo mayor y que solo perciben 1200 soles, ellos tampoco gozan de incentivos, siendo la jornada laboral de todos los grupos descritos de 8 horas cronológicas diarias.

## **2.- ¿Sabe si los trabajadores reciben incentivos laborales?**

Como le dije anteriormente, los trabajadores que pertenecen a la 276 son los que perciben incentivos tanto por productividad como de los recursos directamente recaudados que en este momento es del orden del 70%, en contra de la norma, que establece que solo se puede disponer los recursos directamente recaudados en el orden del 30% entre los trabajadores de la Sede, sin embargo, este beneficio solo lo reciben 14 personas que son los nombrados, a excepción de un especialista nombrado que no percibe este incentivo por pertenecer a la Ley 29944, este problema fue el que ocasiono el cambio acelerado de 03 Directores de UGEL en el año 2017, y gracias a una directiva implementada por la Mgt. Amanda Condori, que fue la última Directora es que ilegalmente se hace uso de estos recursos.

## **3.- ¿Cuál es su opinión respecto a las responsabilidades de los colaboradores de la UGEL CANCHIS? ¿Hacen una buena función?**

Los especialistas designados, sobre los que recae la mayoría de las comisiones de trabajo, hacen sus trabajo en forma eficiente, así mismo, los trabajadores CAS y los trabajadores con recibo por honorarios, sin embargo, muchos de los trabajadores de planta, nombrados, y que son los que perciben el Decreto de urgencia 088 y la RDR, no se involucran en el trabajo en forma activa, existe un grupo de poder en la UGEL que ha ocasionado el cambio de los Directores que no satisfacen sus beneficios, sin embargo, también existe dentro de ellos trabajadores que si se involucran activamente en el trabajo.

## **4.- ¿Los trabajadores atienden adecuadamente al público?**

Muchos de los trabajadores atienden al público en forma correcta, sin embargo, como en toda regla hay excepciones, es el caso de las áreas donde se concentra la mayor cantidad de trabajo como remuneraciones, y que los usuarios que son los docentes y trabajadores administrativos del sector, tienen la mayor cantidad de quejas, así mismo, es el caso de las fedataciones que recaen en algunas secretarías y que no tienen mucha predisposición para efectuar el trabajo.

## **5.- Identifica trabajo en equipo en la UGEL CANCHIS?**

Tal vez uno de los problemas de la UGEL es la falta de coordinación entre las áreas, esto genera el descontento de los usuarios, la información no fluye adecuadamente debido a esta falta de comunicación, por poner ejemplos, el área de gestión pedagógica realiza una convocatoria a capacitación a los directores de colegios, a la misma hora, el mismo día y en otro lugar el área de gestión institucional hace lo propio de tal forma que el Director no sabe a cuál de las capacitaciones asistir y ambas son de su interés, otro ejemplo es cuando los usuarios consultan algo a los especialistas sobre actividades de otra área ellos no saben que responder debido a que no se enteran por la falta de comunicación que existe.

#### **6.- ¿Cuáles son las falencias que más ha identificado en el proceso de producción en la UGEL CANCHIS en el año 2017?**

Las falencias en la productividad son básicamente la falta de celeridad en los trámites que se realiza en la UGEL, una Resolución que debe emitirse en el plazo de tres días no se emite y esto genera que docentes y trabajadores contratados no puedan cobrar sus remuneraciones en el mes sino que muchas veces, son dos, tres meses impagos perjudicando no solo a la persona sino a la toda su familia, igualmente en el caso de las plazas de contratación no se reportan en el tiempo preciso, perdiéndose el presupuesto destinado a estos contratos y perjudicando la labor de las Instituciones Educativas que necesitan su personal.

#### **7.- ¿Cuáles han sido los conflictos laborales más identificables en la UGEL CANCHIS en el año 2017?**

Los conflictos identificados en el año 2017 en la UGEL han sido:

- Incentivos laborales diferenciados para los trabajadores, este ha sido el detonante para el cambio del Director, cabe destacar que el Director asume sus funciones en agosto del 2016, en calidad de designado y en mérito a un concurso público nacional por un período de tres años, sin embargo, debido a su negativa para distribuir la RDR entre los 14 trabajadores nombrados, hasta mi período inclusive este beneficio alcanzaba a todos los trabajadores que ocupaban una plaza orgánica y algunos CAS que cumplían funciones extraordinarias, este hecho hace una suerte de rompimiento entre el SITME, el sindicato de trabajadores de la UGEL y el Director por no acceder a sus demandas, como les indique, este punto se resuelve si se quiere el término mediante una directiva en la que solo se beneficia a 14 trabajadores nombrados con el decreto

legislativo 276, ocasionando una ruptura de relaciones entre los trabajadores de ese régimen laboral y los que no pertenecen a él.

- Otro de los conflictos ha sido, la falta de celeridad en los procesos, contratación de personal, pagos a los docentes y maltrato al usuario.

- Así mismo, se sanciona al Director Designado por nepotismo al contratar a su esposa en una plaza vacante de una institución educativa inicial e inmediatamente reasignarla a otra más cercana, y por último se encuentra una cuenta corriente en el Banco de la Nación a nombre de cuatro trabajadores nombrados con una antigüedad de más de 20 años y en la que se hace los depósitos de dinero que son descontados a los maestros por faltas y por tardanzas, este hecho, también ocasiono la ruptura entre el SITME y el Director. Otras quejas que se tuvieron fueron el maltrato de los usuarios por el Jefe del área de gestión pedagógica, quien estando en la comisión de contratación CAS, desde el punto de vista de los maestros, contrata personal en su mayoría proveniente de la Ciudad de Cusco, y que ocasiona el rechazo al programa presupuestal de soporte pedagógico por parte del magisterio, se ahonda el problema cuando no se le quiere aceptar a una docente perteneciente a este programa en la Institución Educativa Bolivariano, el Director y el jefe de área intervienen la Institución con la fiscalía de prevención contra el delito, este hecho acelera una huelga indefinida en la provincia de Cuzco y la sanción del Director por 06 meses período en el que asumo la Dirección y posteriormente asume la Mgt. Amanda Condori Terán.

### **8.- ¿Los trabajadores de la UGEL CANCHIS sacan cara por la institución?**

Muchos de los trabajadores, especialmente los CAS, los designados y los RH (recibo por honorarios) si lo hacen un poco el problema es en los nombrados que no dan más allá de su tiempo para mejorar la producción de la UGEL.

## **REPECTO A IMAGEN CORPORATIVA**

### **1.- ¿Cómo valoraría la situación actual de la UGEL CANCHIS?**

En la actualidad y debido a lo que le comenté, el principal conflicto que se tiene es debido a las diferencias remunerativas y de incentivos por lo que, desde mi punto de vista, existe un conflicto interno en la UGEL muy fuerte, el que solo se solucionara en el momento en que se homogenicen los incentivos sobre todo de la RDR.

**2.- ¿Considera que la UGEL CANCHIS es una institución prestigiosa?**

Considero que sí, aunque la mirada del maestro dice otra cosa, para el maestro es una institución en la que la corrupción esta enquistada, pero dentro de todo, la UGEL es una institución que dirige el destino de la educación en la provincia.

**3.- ¿Desde su labor cual es la percepción del usuario respecto a la apreciación de la UGEL CANCHIS?**

El Usuario está inconforme con la atención que recibe en las diferentes áreas de la UGEL, por lo que su percepción es negativa-

**4.- ¿Los usuarios terminan satisfechos con la atención recibida en la UGEL CANCHIS?**

Creo que eso depende del área al que acude y de la celeridad que obtiene en su atención, si por ejemplo no tiene una respuesta inmediata no se siente contento, además cabe señalar que en área de proyección de resoluciones hay una sola persona y su trabajo es muy recargado, esto dificulta la satisfacción de los usuarios.

**5.- ¿Confía en los medios de Comunicación?**

No, los medios de comunicación en esta ciudad, se han convertido en el principal motor para que la UGEL tenga una imagen institucional baja, existen medios de comunicación que exageran los hechos y que, si no se les da gastos de representación, se dedican a crear escándalos en diferentes instituciones, al ser la UGEL una de las más grandes en la ciudad de Sicuani, es el blanco de los ataques por cualquier motivo.

**6.- ¿Cuál es el principal déficit de la UGEL CANCHIS?**

La falta de personal en algunas áreas, y el exceso de personal en otras, no hay una distribución equitativa del personal de acuerdo a la necesidad de cada una de las áreas.

**7.- ¿Cuál es la imagen que en términos generales tiene Ud. de la UGEL? (mala- regular- buena- muy buena).**

Yo tengo una imagen regular de la UGEL Canchis. Gracias

**ENTREVISTA N°7****ENTREVISTA A RICARDO PEREZ PERIODISTA DE RADIO VILCANOTA  
RESPECTO A CLIMA ORGANIZACIONAL****1.- ¿Qué opina respecto a las condiciones laborales, remuneración salarial seguridad laboral de los trabajadores de la UGEL CANCHIS?**

Si, efectivamente respecto a este tema que me está indicando yo manifestaría, que respecto a las condiciones laborales que se tiene en la UGEL Canchis son definitivamente adecuadas deberíamos decir porque hay condiciones laborales adecuadas, vemos que la venta trabaja normalmente no tiene ninguna dificultad respecto a esta situación, en la situación de remuneración salarial creo que acá hay una discriminación podríamos decir, porque los trabajadores de planta tienen ciertos beneficios porque la normal al parecer los ampara ellos tienen bastantes beneficios, por ejemplo lo que se denomina el famoso plus, también tienen por ejemplo este aspecto de la RDR entonces no podríamos discutir respecto a la remuneración salarial, el problema creo que es con los trabajadores que ahora ingresan por ejemplo desde el contrato administrativo de servicios los famosos CAS que ahí si tienen ciertas dificultades y las condiciones laborales creo que son un poco difíciles para ellos de acuerdo a lo que nosotros observamos y bueno respecto a la seguridad laboral ellos lamentablemente ya no tienen la condición de ser estables simplemente los contratan de periodos a periodos de acuerdo a su contrato administrativo de servicios.

**2.- ¿Sabe si los trabajadores reciben incentivos laborales?**

Si como lo dije reciben bastantes incentivos laborales los famosos pluses que son un poco más que hasta el mismo sueldo no, eso es lo que reciben los trabajadores específicamente de planta, pero de los otros trabajadores que son por RH por contrato administrativo de servicio no reciben creo ningún incentivo laboral.

**3.- ¿Cuál es su opinión respecto a las responsabilidades de los colaboradores de la UGEL CANCHIS? ¿Hacen una buena función?**

Eso sí es preocupante, no podemos tampoco meterlos a todos en un mismo saco, pero un porcentaje totalmente alto de un 80 a 90% de trabajadores de la UGEL Canchis lamentablemente no desarrollan un adecuado trabajo de servicio a la sociedad a la comunidad

magisterial ellos simplemente aprovechan estas oportunidades para ingresar especialmente en su gran mayoría a la UGEL aprovecharse de ellos, colocar especialmente a algunos familiares en cargos importantes y lo más preocupante es que aprovechan también económicamente por que la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis es una instancia que tiene un presupuesto grande y ellos lo manejan a su antojo especialmente en el área de remuneraciones también en el área de abastecimiento donde es el problema creo que muy álgido donde se hacen compras realmente con precios sobre evaluados.

#### **4.- ¿Los trabajadores atienden adecuadamente al público?**

Creo que aquí hay que diferenciar, hay profesionales que si merecen decirles profesionales porque si nosotros vivimos de cerca yo también soy docente también soy periodista y vemos de cerca cuanta gente realmente atiende a los usuarios adecuadamente y con el profesionalismo que ellos les caracteriza pero hay un gran porcentaje especialmente en el área de secretarias donde son personal nombrado en la UGEL Canchis que lamentablemente ellos son los que maltratan a los maestros a los usuarios y ni siquiera a veces te reciben el saludo realmente es muy preocupante, es así que nosotros desde la radio Vilcanota lo hemos puesto hasta el sobre nombre de las famosas “vacas sagradas dentro la UGEL Canchis” porque su atención es totalmente pésima, pero no podemos generalizar hay profesionales que si sirven a la población adecuadamente.

#### **5.- Identifica trabajo en equipo en la UGEL CANCHIS?**

Creo que no, vemos siempre caminando por un lado al director, por otro lado las diferentes áreas, ni siquiera creo en el área técnico pedagógica se ve esto, porque el jefe del área de gestión pedagógica lamentablemente camina por su lado y ni siquiera creo que lleva a reuniones con los especialistas de esta área, creo que ellos son lo que cada uno hace de acuerdo su trabajo no y que a su programación anual que tienen ellos desarrollan algunas actividades ya sea con estudiantes o con docentes, el trabajo en equipo realmente falta muchísimo en la UGEL Canchis, debe de ser el ejemplo en esta instancia especialmente en equipo pero lamentablemente no se ve, este importante trabajo que lamentablemente no se logra en la Unidad Educativa Local de Canchis.

**6.- ¿Cuáles son las falencias que más ha identificado en el proceso de producción en la UGEL CANCHIS en el año 2017?**

En el año 2017 me parece que los puntos rojos han sido especialmente el aspecto de fortalecimiento de capacidades de docentes donde ellos debieron de incidir un poco más, debieron de trabajar especialmente desde diferentes áreas y en el 2017 el director de la UGEL Canchis lamentablemente fue sancionado por la instancia superior correspondiente y esta sanción ha sido ratificada por el tribunal de servicio civil, una sanción de 6 meses, imagínate con una sanción de seis meses el director de la UGEL con investigaciones algunos jefes de área realmente el 2017 ha sido un año muy preocupante en la UGEL Canchis, felizmente llego una directora que fue la profesora Amanda Condori, quien de alguna manera reordeno esta instancia administrativa de la UGEL Canchis y bueno encamino adecuadamente y por eso es que me parece que han logrado algunos objetivos se habrían planificado el año 2017, porque si ella no llegaba y continuaba el actual director que ha sido lamentablemente ratificado pese a una sanción de 6 meses por múltiples irregularidades cometidas en la administración de la UGEL Canchis, bueno podríamos decir de que ha sido un años desastroso para la UGEL pero con esta ayuda podríamos decir de esta directora que asumió en este lapso de la sanción correspondiente lograron me parece algunos aspectos importantes en esta línea del año 2017.

**7.- ¿Cuáles han sido los conflictos laborales más identificables en la UGEL CANCHIS en el año 2017?**

En el año 2017 hubo realmente muchas denuncias en los diferentes medios de comunicación especialmente aquí en radio Vilcanota pudimos recibir muchas noticias especialmente en el aspecto de la contratación de personal este ha sido el punto más difícil de tratamiento porque lamentablemente el director de ese entonces el profesor Adrián Calle contrataba a la gente simplemente a dedo o simplemente no escogía adecuadamente a los profesionales que debieron de laborar dentro de la UGEL Canchis y llego a contratar a su propia esposa en una institución educativa aquí en Sicuani y gracias a estas situaciones y muchas otras irregularidades ha sido sancionado esto ha sido principalmente la situación en la administración del personal y otro aspecto ha sido el uso de los recursos de la UGEL Canchis que no se rendía cuentas se compraron un carro que aparentemente habría sido sobrevaluado, se compraron materiales para distribuir a los maestros a nivel de toda la UGEL Canchis y no se ha distribuido y había un

remanente de cerca de siete millones de soles que este señor no quiso distribuir por la situación de la deuda social a los maestros de Canchis, prefirió devolver este dinero al etario nacional y esto ha provocado el rechazo del magisterio de Canchis que hicieron una paralización de cuatro días aquí en Sicuani para que este señor tenga que retirarse de la UGEL Canchis y gracias a esta paralización tuvo que intervenir la Dirección Regional de Educación a la fuerza podríamos decir y se logró esta importante sanción también.

### **8.- ¿Los trabajadores de la UGEL CANCHIS sacan cara por la institución?**

Sinceramente te voy a decir Patty, no me parece muchos trabajadores no se ponen la camiseta de esa institución, muchos simplemente van a cumplir su trabajo cobran su sueldo y punto, pero si podemos decir de algunos profesionales que si se ponen la camiseta de la UGEL y ellos enfrenten muchas cosas y cuando hay hasta conflictos ellos salen a enfrentar y dicen tenemos que hacer esto o hagamos esto y me parece bien que de un tiempo a esta parte está cambiando esta situación en algunos de ellos pero la gran mayoría no se pone la camiseta si no simplemente cumplen y se van, cumplen pican su tarjeta, otros trabajadores también nosotros hemos denunciado por ejemplo se quedan un ratito especialmente en secretaria se quedan un ratito en la UGEL se dan una vueltita luego pican ya la entrada y ellos entran ya a las 3 de la tarde, eso es lo que los trabajadores hacen y bueno les pican una mosca y ya se van al seguro, muchas veces los trabajadores también y realmente es preocupante porque también tienen ciertos beneficios que les da la parte directiva de la UGEL Canchis a algunas trabajadoras de la UGEL Canchis que lamentablemente gozan de vacaciones casi permanentes podríamos decir de eso también hemos hecho la denuncia nosotros y bueno lamentablemente pues han solicitado vacaciones y no han salido las resoluciones por lo tanto dicen que seguían asistiendo a su trabajo pero nosotros muchas veces lo hemos visto y hay un manejo dentro de la UGEL que la persona que emite la resoluciones no saca las resoluciones cuando se deberían de sacar las resoluciones y esto es un amarre entre ellos y eso perjudica realmente el trabajo.

### **9.- ¿Cuánto conoce Ud. personalmente de la labor de la UGEL? (nada - poco/algo - mucho/bastante)**

Yo creo que bastante me he dedicado bastante en este trabajo de investigar, el trabajo que se va desarrollando en la UGEL Canchis y gracias a Radio Vilcanota también que es donde se

hacían las denuncias se tuvo que sancionar al director de la UGEL se tuvo que arreglar algunas cosas creo que conocemos a fondo el trabajo que va desarrollando la UGEL Canchis y eso nos ayuda en nuestra condición de ser profesores también, nos ayuda a entender de mejor manera la problemática general de esta institución tan importante aquí en la UGEL Canchis.

## **REPECTO A IMAGEN CORPORATIVA**

### **1.- ¿Cómo valoraría la situación actual de la UGEL CANCHIS?**

Respecto a esta situación actualmente creo que la imagen de la UGEL Canchis como organización realmente está por los suelos, no hay persona que diga realmente la UGEL es una institución donde labora gente que realmente se pone la camiseta o gente que pueda coadyuvar a mejorar la educación en la provincia de Canchis, creo que mucha gente va a decir que realmente esto no está bien mucho de la UGEL Canchis y nosotros también vemos esto, se tiene que hacer muchas cosas se está pretendiendo hacer una reorganización y si esto se hiciera realmente saltarían muchas cosas y tal vez con esto empezariamos a mejorar dentro de esta institución, actualmente por ejemplo se ha contratado personal para diferentes áreas, se han contratado personal a dedo, no hay ningún concurso simplemente le dio la gana al actual director se ha contratado en diferentes áreas, si puede visitar va a ver en algunas oficinas 5 o hasta 10 trabajadores pero de los resultados del trabajo no se observa absolutamente ningún tipo de mejora y yo me he encontrado con un docente que vino aquí y él me decía que han demorado en sacar una resolución tres meses y otro docente decía tú has tenido suerte porque en mi resolución han demorado seis meses, así se demoran en solo sacar una resolución así está el trabajo administrativo, no estamos hablando del trabajo pedagógico, así están las cosas en el trabajo administrativo especialmente en la UGEL Canchis.

### **2.- ¿Considera que la UGEL CANCHIS es una institución prestigiosa?**

No, de ninguna manera con la gente que está ahí realmente ha perdido este prestigio que tenía antes, si nosotros conocimos a buenos profesionales que trabajaban dentro de la UGEL Canchis y de alguna manera respondía, pero ahora con la llegada del nuevo director de la UGEL lamentablemente todo esto se ha ido a los suelos cuando habían siquiera directores encargados había todavía la posibilidad de cuidarse de mejorar la administración pero ahora cuando ya llego

un nombrado dice no, yo soy titular y soy nombrado y hace lo que le da la gana, ha perdido su prestigio debería de ser una institución una de las instituciones más prestigiosas aquí en Sicuani pero lamentablemente ha perdido Patty.

**3.- ¿Desde su medio de comunicación cual es la percepción del usuario respecto a la apreciación de la UGEL CANCHIS?**

Yo tengo diariamente quejas aquí en Radio Vilcanota, siempre tengo llamadas telefónicas que siempre me hacen llegar a veces vía Whatsapp denuncias, algunas irregularidades, realmente la gente está incomoda especialmente en la parte administrativa de la UGEL Canchis.

**4.- ¿Los usuarios terminan satisfechos con la atención recibida en la UGEL CANCHIS?**

Me parece que no, mucha gente siempre sale de la UGEL renegando, salen con rabia realmente dicen no me han atendido, me han paseado de oficina en oficina, realmente no hay una atención adecuada Patty por eso es que ahora el magisterio está pidiendo por ejemplo la solicitud es unánime que tenga que reestructurarse o en su defecto reorganizarse esta instancia de la UGEL Canchis.

**5.- ¿Cuál es el principal motivo de controversia de la UGEL CANCHIS tratado en los medios de Comunicación?**

Generalmente es el aspecto administrativo, la contratación de personal, la demora en los tramites y también la falta de dialogo especialmente de la autoridad educativa con algunas autoridades también de algunas I.E. creo que esto es fundamental y también en el pago de las remuneraciones Patty, hay mucha preocupación de muchos maestros que por ejemplo cuando son contratados tienen que esperar dos, tres meses para que les abonen sus sueldos, otros tienen descuentos indebidos tienen que estar yendo a reclamar a la UGEL y también otro aspecto es de que no se rinde cuentas de la utilización de los recursos de la UGEL Canchis, nadie sabe cómo se utilizan tantos millones que llegan a la UGEL Canchis nadie sabe, simplemente cuando los dirigentes piden rendición y tiene que informar dicen hemos informado a la superioridad pero no sabemos qué tan cierta sea esta situación, por ejemplo había una denuncia el año pasado por ejemplo un lápiz que contaba 0.50 céntimos aparentemente lo hacían pasar por 5 soles estas son las cosas que realmente han sido denunciadas también.

**6.- ¿Cuál es el principal déficit de la UGEL CANCHIS?**

El principal déficit me parece que ahí deben estar gente con compromiso social, gente que realmente entienda del servicio a la sociedad un funcionario o un trabajador que este comprometido y que entienda este principio de relaciones humanas una atención adecuada a la gente realmente su trabajo sea efectivo y no cuando ingrese tengan que esperar una hora pintándose la uña una secretaria no, si no realmente inmediatamente tenga que empezar a atender, eso es lo más importante y que los documentos no tengan que entramparse y no tenga que dormir el sueño de los justos, la atención debe ser rápida eficiente y efectiva, este sería lo principal.

**7.- ¿Cuál es la imagen que en términos generales tiene Ud. de la UGEL? (mala- regular- buena- muy buena)**

Pésima realmente, pésima sinceramente porque no hay mucho que rescatar de esta institución.

**INSTITUCIÓN EDUCATIVA BOLIVARIANO  
SICUANI – CANCHIS - CUSCO**

**CONSTANCIA**

**EL QUE SUSCRIBE DIRECTOR DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SECUNDARIA BOLIVARIANO DE SICUANI, HACE CONSTAR QUE:**

La Bachiller en Ciencias de la Comunicación, **ROMERO PAREDES, Patricia Mariela**, identificada con DNI N° 72184536, ha aplicado el cuestionario de encuesta del proyecto de tesis **“CLIMA ORGANIZACIONAL Y PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA EN LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL DE CANCHIS AÑO – 2017”**, los días 03 y 04 de setiembre del año 2018, con la finalidad de optar el título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado, para los casos que viere por conveniente.

Sicuaní, 04 de setiembre de 2018



MINISTERIO DE EDUCACIÓN  
LE N° 66003 - Colegio Bolivariano  
Sub-Dirección  
SICUANI  
UGEL-CANCHIS  
Dirección Regional de Educación



**GOBIERNO REGIONAL CUSCO**  
**DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN CUSCO**  
**UNIDAD EJECUTORA 302- CANCHIS**  
**UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL CANCHIS**



*"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"*

Sicuani, abril 19 de 2018.

**OFICIO N° 270 - 2018- GR-C/DRE-C/UGEL-C.**

SEÑORITA : Bach. PATRICIA MARIELA ROMERO PAREDES

**PRESENTE**

ASUNTO : AUTORIZA APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOJO DE INFORMACIÓN.

REFERENCIA : EXPEDIENTE N° 201808932

Tengo el agrado de dirigirme a usted, para hacer de su conocimiento que, en el marco del documento de la referencia, la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis, AUTORIZA la aplicación de instrumentos de recojo de datos, para realizar la investigación intitulada "CLIMA ORGANIZACIONAL Y PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA EN LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL DE CANCHIS – AÑO 2017", realizada por la Bachiller Patricia Mariela Romero Paredes de la Universidad San Antonio Abad del Cusco, facultad de Ciencias de la Comunicación.

Aprovecho la oportunidad para reiterarle las consideraciones de mi estima personal.

Atentamente,



MINISTERIO DE EDUCACIÓN  
 UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL CANCHIS  
 UGEL-C CANCHIS

Mgl. Henry Adriano Valle Maldonado  
 DIRECTOR DEL PROGRAMA SECTORIAL II  
 UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL - CANCHIS

CC ARCH  
 ACT/D-UGEL-C  
 EPC/J-AGP  
 PRPC/E-EBR-S

**INSTITUCIÓN EDUCATIVA BOLIVARIANO  
SICUANI – CANCHIS - CUSCO**

**CONSTANCIA**

**EL QUE SUSCRIBE DIRECTOR DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SECUNDARIA BOLIVARIANO DE SICUANI, HACE CONSTAR QUE:**

La Bachiller en Ciencias de la Comunicación, **ROMERO PAREDES, Patricia Mariela**, identificada con DNI N° 72184536, ha aplicado el cuestionario de encuesta del proyecto de tesis **“CLIMA ORGANIZACIONAL Y PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA EN LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL DE CANCHIS AÑO – 2017”**, los días 03 y 04 de setiembre del año 2018, con la finalidad de optar el título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado, para los casos que viere por conveniente.

Sicuari, 04 de setiembre de 2018



MINISTERIO DE EDUCACIÓN  
LE N° 66003 - Colegio Bolivariano  
Sub-Dirección  
SICUANI  
UGEL-CANCHIS  
Dirección Regional de Educación

**INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICO AGROPECUARIO****SICUANI – CANCHIS - CUSCO****CONSTANCIA**

**EL QUE SUSCRIBE DIRECTOR DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SECUNDARIA TÉCNICO AGROPECUARIO DE SICUANI, HACE CONSTAR QUE:**

La Bachiller en Ciencias de la Comunicación, **ROMERO PAREDES, Patricia Mariela**, identificada con DNI N° 72184536, ha aplicado el cuestionario de encuesta del proyecto de tesis **“CLIMA ORGANIZACIONAL Y PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA EN LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL DE CANCHIS AÑO – 2017”**, los días 03 y 04 de setiembre del año 2018, con la finalidad de optar el título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado, para los casos que viere por conveniente.

Sicuaní, 04 de setiembre de 2018

 **MINISTERIO DE EDUCACIÓN**  
DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN CUSCO  
DIRECCIÓN DE GESTIÓN ESCOLAR LOCAL CANCHIS  
  
**JUDITH JAVIER RAMOS**  
DIRECTORA



PERÚ

Ministerio de  
EducaciónG. R.  
CUSCODirección  
Regional de  
Educación CuscoUGEL  
Canchis

AGP

*"Año del diálogo y la reconciliación Nacional"*

## CONSTANCIA

**EL QUE SUSCRIBE DIRECTOR DE LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL DE CANCHIS, HACE CONSTAR QUE:**

La Bachiller en Ciencias de la Comunicación, ROMERO PAREDES, Patricia Mariela, identificada con DNI N° 72184536, ha aplicado el cuestionario de encuesta del proyecto de tesis "CLIMA ORGANIZACIONAL Y PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA EN LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL DE CANCHIS AÑO – 2017, los días 03 y 04 de setiembre del año 2018, en diferentes Instituciones Educativas del Ámbito de la UGEL Canchis y en la sede Institucional, con la finalidad de optar el título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado, para los casos que viere por conveniente.

Sicuaní, 04 de setiembre de 2018

MINISTERIO DE EDUCACIÓN  
UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL CANCHIS  
UGEL CANCHIS

*Henry Adelan Coallo Muzi*  
DIRECTOR DEL PROGRAMA SECTORIAL  
UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL - CANCHIS

**INSTITUCIÓN EDUCATIVA WALTER PEÑALOZA RAMELLA DE  
SICUANI**

**CONSTANCIA**

**EL QUE SUSCRIBE DIRECTOR DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA  
SECUNDARIA WALTER PEÑALOZA RAMELLA DE SICUANI, HACE  
CONSTAR QUE:**

La Bachiller en Ciencias de la Comunicación, ROMERO PAREDES, Patricia Mariela, identificada con DNI N° 72184536, ha aplicado el cuestionario de encuesta del proyecto de tesis "CLIMA ORGANIZACIONAL Y PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA EN LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL DE CANCHIS AÑO – 2017, los días 03 y 04 de setiembre del año 2018, con la finalidad de optar el título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado, para los casos que viere por conveniente.

Sicuani, 04 de setiembre de 2018



  
Margot Olimpia Barrios Valer  
DIRECTORA

## INSTITUCIÓN EDUCATIVA MATEO PUMACAHUA DE SICUANI

### CONSTANCIA

**EL QUE SUSCRIBE DIRECTOR DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SECUNDARIA MATEO PUMACAHUA DE SICUANI, HACE CONSTAR QUE:**

La Bachiller en Ciencias de la Comunicación, ROMERO PAREDES, Patricia Mariela, identificada con DNI N° 72184536, ha aplicado el cuestionario de encuesta del proyecto de tesis "CLIMA ORGANIZACIONAL Y PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA EN LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL DE CANCHIS AÑO – 2017, los días 03 y 04 de setiembre del año 2018, con la finalidad de optar el título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado, para los casos que viere por conveniente.

Sicuaní, 04 de setiembre de 2018

 COLEGIO EMBLEMÁTICO  
"MATEO PUMACAHUA"  
DIRECCIÓN  
Lic. César Navarro Nina  
DIRECTOR

**INSTITUCIÓN EDUCATIVA BOLIVARIANO  
SICUANI – CANCHIS - CUSCO**

**CONSTANCIA**

**EL QUE SUSCRIBE DIRECTOR DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SECUNDARIA BOLIVARIANO DE SICUANI, HACE CONSTAR QUE:**

La Bachiller en Ciencias de la Comunicación, **ROMERO PAREDES, Patricia Mariela**, identificada con DNI N° 72184536, ha aplicado el cuestionario de encuesta del proyecto de tesis **“CLIMA ORGANIZACIONAL Y PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA EN LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL DE CANCHIS AÑO – 2017”**, los días 03 y 04 de setiembre del año 2018, con la finalidad de optar el título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado, para los casos que viere por conveniente.

Sicuaní, 04 de setiembre de 2018



MINISTERIO DE EDUCACIÓN  
LE N° 66005 - Colegio Bolivariano  
Sub-Dirección  
SICUANI  
UGEL-CANCHIS  
Dirección Regional de Educación



## ENCUESTA USUARIO

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO  
FACULTAD DE EDUCACION Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
TRABAJO DE TESIS

“CLIMA ORGANIZACIONAL Y PERCEPCION DE LA IMAGEN  
CORPORATIVA EN LA UNIDAD DE GESTION EDUCATIVA LOCAL DE  
CANCHIS - AÑO 2017”

**ENCUESTA PARA USUARIO (ANONIMA)**

Estimado (a) usuario (a):

La presente encuesta tiene por objetivo evaluar el nivel de atención que recibe en la UGEL Canchis. Mucho agradeceremos responder a las preguntas con sinceridad, ello permitirá recomendar medidas que permitan la optimización en la calidad del servicio que se le brinda.

**1.- DATOS GENERALES DEL PERSONAL:**

Servicio al que concurre: *Escalafón, Tesorería, Área de personal*  
*Procedimientos, Mesa de partes, Secretaría de dirección*

**2.- DE LA CALIDAD DEL SERVICIO**

Como califica Ud. el servicio le brinda la UGEL Canchis

a. Director UGEL b. Especialistas c. Jefes de Área d. Administrativos

|            |                                     |             |                                     |             |                                     |             |                                     |
|------------|-------------------------------------|-------------|-------------------------------------|-------------|-------------------------------------|-------------|-------------------------------------|
| -Excelente | <input type="checkbox"/>            | - Excelente | <input type="checkbox"/>            | - Excelente | <input type="checkbox"/>            | - Excelente | <input type="checkbox"/>            |
| -Bueno     | <input type="checkbox"/>            | - Bueno     | <input type="checkbox"/>            | - Bueno     | <input type="checkbox"/>            | - Bueno     | <input type="checkbox"/>            |
| -Regular   | <input checked="" type="checkbox"/> | - Regular   | <input checked="" type="checkbox"/> | - Regular   | <input type="checkbox"/>            | - Regular   | <input type="checkbox"/>            |
| -Malo      | <input type="checkbox"/>            | - Malo      | <input type="checkbox"/>            | - Malo      | <input checked="" type="checkbox"/> | - Malo      | <input type="checkbox"/>            |
| -Muy Malo  | <input type="checkbox"/>            | - Muy Malo  | <input type="checkbox"/>            | - Muy Malo  | <input type="checkbox"/>            | - Muy Malo  | <input checked="" type="checkbox"/> |

**3.- DEL TRATO PERSONAL (humano)**

a. Director UGEL b. Especialistas c. Jefes de Área d. Administrativos

|              |                                     |               |                                     |               |                                     |               |                                     |
|--------------|-------------------------------------|---------------|-------------------------------------|---------------|-------------------------------------|---------------|-------------------------------------|
| -Muy Cordial | <input type="checkbox"/>            | - Muy Cordial | <input type="checkbox"/>            | - Muy Cordial | <input type="checkbox"/>            | - Muy Cordial | <input type="checkbox"/>            |
| -Cordial     | <input type="checkbox"/>            | - Cordial     | <input type="checkbox"/>            | - Cordial     | <input type="checkbox"/>            | - Cordial     | <input type="checkbox"/>            |
| -Indiferente | <input checked="" type="checkbox"/> | - Indiferente | <input type="checkbox"/>            | - Indiferente | <input checked="" type="checkbox"/> | - Indiferente | <input type="checkbox"/>            |
| -Descortés   | <input type="checkbox"/>            | - Descortés   | <input checked="" type="checkbox"/> | - Descortés   | <input type="checkbox"/>            | - Descortés   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| -Variable    | <input type="checkbox"/>            | - Variable    | <input type="checkbox"/>            | - Variable    | <input type="checkbox"/>            | - Variable    | <input type="checkbox"/>            |

**4. DEL NIVEL PROFESIONAL**

Como califica el nivel profesional de:

a. Director UGEL b. Especialistas c. Jefes de Área d. Administrativos

|             |                                     |              |                                     |              |                                     |              |                                     |
|-------------|-------------------------------------|--------------|-------------------------------------|--------------|-------------------------------------|--------------|-------------------------------------|
| -Muy Alto   | <input type="checkbox"/>            | - Muy Alto   | <input type="checkbox"/>            | - Muy Alto   | <input type="checkbox"/>            | - Muy Alto   | <input type="checkbox"/>            |
| -Alto       | <input type="checkbox"/>            | - Alto       | <input type="checkbox"/>            | - Alto       | <input type="checkbox"/>            | - Alto       | <input type="checkbox"/>            |
| -Medio      | <input checked="" type="checkbox"/> | - Medio      | <input type="checkbox"/>            | - Medio      | <input type="checkbox"/>            | - Medio      | <input type="checkbox"/>            |
| -Bajo       | <input type="checkbox"/>            | - Bajo       | <input checked="" type="checkbox"/> | - Bajo       | <input checked="" type="checkbox"/> | - Bajo       | <input type="checkbox"/>            |
| -Deficiente | <input type="checkbox"/>            | - Deficiente | <input type="checkbox"/>            | - Deficiente | <input type="checkbox"/>            | - Deficiente | <input checked="" type="checkbox"/> |

### 5.- SUGERENCIAS PARA MEJORAR EL SERVICIO

¿Cómo cree Ud. que existirían mejoras en el servicio?

- Con Ambientes  -Trato personal  -Profesionalismo  -Capacitación   
 -Organización

Otro:

*Coordinación las I E*

.....

.....

.....

### 6. PREFERENCIAS DE TRATO DE LOS USUARIOS

Como cree Ud. que existirían mejoras en el servicio

- Con respeto  -Con profesionalismo  -Con gentileza   
 -Con Amabilidad  -Con Indiferencia

7. ¿Por cuál de los siguientes medios se informa de las acciones o actividades de la UGEL?

- Radio  -Periódicos  -Redes sociales  -Pagina Web   
 -Televisión

8. ¿Cuándo escucha noticias de la UGEL en los medios de comunicación, ¿Cree /Confía en lo que dicen los periodistas?

- Nunca  -Casi Nunca  -A veces  - Casi Siempre   
 -Siempre

Mil gracias por su colaboración.



ENCUESTA COLABORADORES  
 UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO  
 FACULTAD DE EDUCACION Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 TRABAJO DE TESIS  
 "CLIMA ORGANIZACIONAL Y PERCEPCION DE LA IMAGEN  
 CORPORATIVA EN LA UNIDAD DE GESTION EDUCATIVA LOCAL DE  
 CANCHIS - AÑO 2017"

**ENCUESTA PARA COLABORADORES (ANONIMA)**

Estimado (a) encuestado (a):

La presente encuesta tiene por objeto evaluar el clima organizacional de la UGEL Canchis. Le agradezco por anticipado responder a las preguntas con sinceridad, ello permitirá alcanzar recomendaciones para la optimización en la calidad del servicio que brinda.

**A.- DATOS GENERALES DEL PERSONAL:**

Unidad en la que labora:.....  
 ..... *Asesoría Jurídica* .....

Responda las preguntas del cuadro con la siguiente escala:

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

La que no estén en el cuadro tendrán la modalidad de opción múltiple.

**B.- ACERCA DEL CLIMA ORGANIZACIONAL**

| Sobre la Estructura  |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1.- ¿Está conforme con la remuneración salarial que recibe?  | X |   |   |   |   |
| 2.- ¿Sus problemas personales afectan su desempeño laboral?  |   | X |   |   |   |
| Sobre la Recompensa  |   |   |   |   |   |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3.- ¿Ha recibido Usted incentivos y/o reconocimientos (resolución, carta de felicitación, o beca de capacitación), durante los dos últimos años que viene laborando en la Institución? | X |   |   |   |   |
| 4.- ¿Se siente motivado(a) o estimulado(a)?  |   |   |   |   | X |
| Sobre la responsabilidad   |   |   |   |   |   |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5.- ¿Tiene Ud. dificultad para conocer las responsabilidades que le competen en su trabajo?  | X |   |   |   |   |
| 6.- ¿Le asignan tareas que no corresponden a su puesto?  | X |   |   |   |   |
| Sobre la cooperación   |   |   |   |   |   |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7.- ¿Tiene Ud. buena relación laboral con sus compañeros de trabajo?   |   |   |   |   | X |
| 8.- ¿En su oficina se fomenta el trabajo en equipo?  |   |   |   |   | X |

| Sobre las relaciones   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| 9.- Cuando tiene Ud. consultas, dudas, quejas, etc. ¿tiene la posibilidad de recurrir de forma inmediata al personal adecuado? |   |   |   | X |   |

Sobre la relación entre compañeros:

10. Los problemas más frecuentes entre compañeros son:

-Propias de las funciones  -Problemas personales  - Habladurías y chismes

- Otros

Especifique:

| Sobre el desafío  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| 11.- ¿Llega usted a sus metas mensuales?  |   |   |   | X |   |
| Sobre los Estándares  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.- Si se le brindo capacitación por parte de la UGEL ¿Considera Usted que ha sido efectiva para desempeño de sus funciones? |   |   |   | X |   |
| Sobre los Conflictos  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13.- ¿Recibe ayuda de su jefe inmediato?  |   |   |   |   | X |
| 14.- ¿Hay imposibilidad o inconvenientes de contar con sus pares cuando hay dificultades o sobrecarga?                        | X |   |   |   |   |
| Sobre la Identidad  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15.- ¿Considera Ud. que la UGEL Canchis es un buen lugar para trabajar?   |   |   |   |   | X |
| 16.- ¿Se siente orgulloso de formar parte de la UGEL Canchis?   |   |   |   |   | X |

Sobre la atención al público:

17. La mayor parte de usuarios a los que usted atiende, llegan:

-Alterados  -Impacientes  - Tranquilos  - Indiferentes

- Amables

18. Cuando los usuarios se retiran, luego de ser atendidos, se ven:

-Agradecidos  -Molestos  -Inconformes  -Indiferentes

- Entusiastas

19. ¿Cuál cree Ud. Que debe ser la actitud de los usuarios?

-Humilde  -Indiferente  -Respetuosa  -Exigente

-Paciente

20. ¿Cuál es la queja más frecuente que han detectado del usuario?

La celeridad en el proceso de trámite administrativo.

Tiro.

## C.- ACERCA DE LA IMAGEN CORPORATIVA

21. ¿Qué entiende usted por imagen corporativa?

*Es la idea o imagen que se tiene de la institución y labor, o una compra q. la labor.*

| <b>Sobre la Situación Actual</b>  | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| 22.- ¿Cree Ud. que los usuarios le tienen confianza a la UGEL Canchis?  |          |          |          | X        |          |
| 23.- ¿Ud. considera que las opiniones del PERIODISMO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN respecto a la Imagen Institucional de la UGEL Canchis son buenas?                             |          |          |          | X        |          |
| <b>Sobre el Prestigio</b>   | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
| 24.- Por manifestaciones de los USUARIOS que Ud. atiende, ¿cree que la opinión de ellos respecto a la imagen institucional de la UGEL Canchis es buena?                     |          |          |          | X        |          |
| 25.- En SU CONCEPTO. ¿La imagen institucional de la UGEL Canchis es buena?  |          |          |          | X        |          |
| <b>Sobre el impacto</b>   | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
| 26.- Los elementos de oficina como equipos de cómputo, mesas, sillas, calendarios, agendas y demás ¿están identificados con los colores, logos y nombre de la UGEL Canchis? |          |          | X        |          |          |
| 27.- En los documentos oficiales se conserva el nombre completo y correcto de la UGEL Canchis   |          |          |          |          | X        |
| <b>Sobre la atención</b>  | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
| 28.- ¿Cree Ud. que la atención que reciben los usuarios es la adecuada?   |          |          |          | X        |          |
| 29.- ¿Piensa que la atención recibida por el usuario es fundamental en la formación de la Imagen Corporativa de la UGEL Canchis?  |          |          |          | X        |          |

Mil gracias por su colaboración.

**FICHAS DE VALIDACIÓN**  
**INFORME DEL JUICIO DE EXPERTO**

**DATOS GENERALES**

- 1.1. Título de la investigación: Clima Organizacional y percepción de la Imagen Corporativa en la Unidad de Gestión Educativa Local de Canchis Año - 2017
- 1.2. Nombre de los instrumentos a validar: Encuesta variable Clima Organizacional
- 1.3. Autor de los instrumentos: Bach. Patricia Mariela Romero Paredes

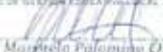
**ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

| VARIABLES           | CRITERIOS   | Deficiente |   |    |    | Baja |    |    |    | Regular |    |    |    | Buena |    |    |    | Muy Buena |    |    |    |  |
|---------------------|---|------------|---|----|----|------|----|----|----|---------|----|----|----|-------|----|----|----|-----------|----|----|----|--|
|                     |   | 0          | 6 | 11 | 16 | 21   | 26 | 31 | 36 | 41      | 46 | 51 | 56 | 61    | 66 | 71 | 76 | 81        | 86 | 91 | 96 |  |
| ESTRUCTURA          | Esta formulado con lenguaje apropiado                   |            |   |    |    |      |    |    |    |         |    |    |    |       |    |    |    |           | X  |    |    |  |
| RECOMPENSA          | Esta expresado con conductas observadas                 |            |   |    |    |      |    |    |    |         |    |    |    |       |    |    |    |           |    | X  |    |  |
| RESPONSABILIDAD     | Adecuado para el avance de la ciencia pedagógica        |            |   |    |    |      |    |    |    |         |    |    |    |       |    |    |    |           |    | X  |    |  |
| ATENCIÓN AL PÚBLICO | Existe una organización lógica                          |            |   |    |    |      |    |    |    |         |    |    |    |       |    |    |    |           |    | X  |    |  |
| COOPERACION         | Comprende los aspectos de cantidad y calidad            |            |   |    |    |      |    |    |    |         |    |    |    |       |    |    |    |           | X  |    |    |  |
| RELACIONES          | Adecuado para valorar los instrumentos de investigación |            |   |    |    |      |    |    |    |         |    |    |    |       |    |    |    |           | X  |    |    |  |
| DESAFÍO             | Basado en aspectos teóricos científicos                 |            |   |    |    |      |    |    |    |         |    |    |    |       |    |    |    |           |    | X  |    |  |
| ESTANDARES          | Entre los índices indicadores                           |            |   |    |    |      |    |    |    |         |    |    |    |       |    |    |    |           |    | X  |    |  |
| CONFLICTO           | La estrategia responde al propósito del estudio         |            |   |    |    |      |    |    |    |         |    |    |    |       |    |    |    |           |    | X  |    |  |
| IDENTIDAD           | Es útil y adecuado para la investigación                |            |   |    |    |      |    |    |    |         |    |    |    |       |    |    |    |           |    | X  |    |  |

**SUGERENCIAS**

**OPINION DE ACEPTACIÓN:** a) Deficiente b) Baja c) Regular d) Buena e) Muy buena

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Apellidos y Nombres       | Palomino Chambi Flarinela                            |
| Grado académico y mención | Magister: Docencia en educación Sup. e investigación |

GOBIERNO REGIONAL CUSCO  
DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN  
UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL - CANCHIS  
  
Mg. Patricia Mariela Romero Paredes  
ESPECIALISTA DE EDUCACIÓN  
COORDINACIÓN DE CALIDAD

