

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**Nivel de satisfacción de los clientes internos de una empresa molinera
lambayecana**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

Gabriela Joanna Ramirez Mio

ASESOR

Angel Eduardo Llatas Rivas

<https://orcid.org/0000-0002-1452-808X>

Chiclayo, 2022

**Nivel de satisfacción de los clientes internos de una empresa
molinera lambayecana**

PRESENTADA POR:

Gabriela Joanna Ramirez Mio

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR:

Linda Marita Cruz Pupuche

PRESIDENTE

Jessica Karin Solano Cavero

SECRETARIO

Angel Eduardo Llatas Rivas

VOCAL

Dedicatoria

En esta oportunidad se la dedico a mis padres Lidia y Gabriel, por enseñarme a tener muy en claro mis metas, por impulsarme a ser una buena persona y profesional, por ayudarme en todo momento en esta etapa de la Universidad tanto en lo emocional como en todos los aspectos de mi vida, aunque ellos ya no estén físicamente, sé que estarían orgullosos de mí.

Agradecimientos

Agradezco a la empresa Molinera Lambayecana por darme todas las facilidades de obtener información para la realización y culminación de este trabajo de investigación, al Gerente y al personal que en todo momento me ayudaron.

Tesis Gabriela Mío

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%

INDICE DE SIMILITUD

18%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
2	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
4	repositorio.udes.edu.co Fuente de Internet	2%
5	www.redalyc.org Fuente de Internet	1%
6	repository.unad.edu.co Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
8	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
9	www.ciencias.holguin.cu Fuente de Internet	1%

Índice

Resumen	5
Abstract	6
Introducción	7
Revisión de literatura	9
Materiales y métodos	12
Resultados y discusión	14
Conclusiones	25
Recomendaciones.....	26
Referencias	27
Anexos.....	29

Resumen

La presente investigación tuvo como propósito identificar el nivel de satisfacción que experimentan los clientes internos de la empresa Molinera, considerándose como factor esencial de la empresa, permitiendo alcanzar las metas planteadas, ya que son cruciales para la mejora de la competitividad y crecimiento de la molinera. Por lo que se estableció como objetivo general identificar el nivel de satisfacción de los clientes internos de una empresa molinera Lambayecana. Se tuvo un enfoque cuantitativo, diseño no experimental de tipo básico y de nivel descriptivo considerando 30 colaboradores, los cuales se le aplicó un cuestionario de 15 preguntas, finalmente se concluyó que, de acuerdo a los resultados obtenidos en base a las cuatro dimensiones, el cliente interno de la empresa, presenta un nivel medio de satisfacción laboral, evidenciado indicadores de la organización con los que se encuentra satisfecho tales como el contenido de la tarea y seguridad laboral, como algunos con los que no, en los que halla la estimulación laboral.

Palabras claves: Satisfacción, cliente interno, trabajo en grupo, estimulación laboral, contenido de la tarea, condición de bienestar.

Abstract

The purpose of this research was to identify the level of satisfaction experienced by internal customers of the milling company, considering it as an essential factor of the company, allowing it to achieve the goals set, since they are crucial for improving the competitiveness and growth of the milling company. . Therefore, it was established as a general objective to identify the level of satisfaction of the internal clients of a Lambayecana milling company. A quantitative approach was taken, a non-experimental design of a basic type and a descriptive level considering 30 collaborators, who were given a questionnaire of 15 questions, finally it was concluded that, according to the results obtained based on the four dimensions, the internal client of the company, presents an average level of job satisfaction, showing indicators of the organization with which he is satisfied such as the content of the task and job security, as well as some with which he is not, in which he finds job stimulation.

Keywords: Satisfaction, internal customer, group work, work stimulation, task content, well-being condition

Introducción

La globalización y la elevada competitividad han generado modificaciones importantes en el ámbito laboral en las organizaciones, llevando a un número mayor de exigencias y presiones hacia entornos laborales estimuladores, justos y productivos, puesto que se reconoce la relevancia de un elemento valioso: el cliente interno (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2010; Rojas-Torres et al., 2021).

Pese a ello, de acuerdo con la Organizacional Internacional del Trabajo (OIT, 2020) en su encuesta de carácter mundial señala que las condiciones y ambientes de trabajo son dispersos, encontrando de manera habitual riesgos físicos, trabajos intensivos en cuanto a plazos y ritmo de tareas, e inseguridad laboral, por otro lado, un 70 % de empleados refiere que se encuentra satisfecho con el nivel de liderazgo de sus jefes inmediatos; todo ello tiende a afectar en la percepción y satisfacción que experimentan los trabajadores al realizar sus funciones, dado que el entorno laboral influye de acuerdo a las características que presente, positivamente o negativamente las mismas.

A nivel internacional, en Europa, las tasas de satisfacción laboral oscilan entre 60 y 70% (Observatorio de Recursos Humanos, 2019), mientras que, en Estados Unidos, se encuentra aproximadamente un 50% de trabajadores satisfechos con sus funciones labores (Sánchez et al., 2012). En América Latina existen niveles de compromiso organizacional, concerniente a la satisfacción del cliente interno, donde el país que más destaca con el mayor porcentaje es Brasil, con un 27%, seguido de Chile 23% y Bolivia 22%, evidenciando que alrededor del 30% de los colaboradores de distintas compañías presentan insatisfacción, evidenciando un problema para la empresa (Pintado & Reyes, 2020).

Frente a ello Navarro y Lavado (2010) señala que los diferentes modos de interactuar en el proceso administrativo son deficientes para el alcance de los objetivos que se han preestablecido, lo que trae consigo una deficiente gestión administrativa, condición de bienestar, ambiente laboral y la calidad del talento humanos adecuado en los procesos, fundamentos que de por sí influyen en el cómo los trabajadores internos se desarrollan, con el propósito de ejercer sus funciones y lograr los resultados establecidos por la empresa, es así que se estima que la satisfacción del trabajador debe plantearse como la base principal en relación a desarrollar una buena gestión, ya que el capital humano se ha convertido en los últimos tiempos en una fuente de competitividad de las organizaciones.

De acuerdo con el diario Gestión (2019), afirma que, el 80% de la rentabilidad de la empresa, está sujeto de su capital humano, personas con diferentes destrezas como ser

interactivo, flexibles al cambio, con ideas innovadoras, lo que se traduce en el cumplimiento de los objetivos de la organización. Cabe citar a Forbes (2018) que menciona que, la responsabilidad que tiene la empresa con el cliente es la razón de ser de la misma. Peter Drucker, señala de ello en su libro de la práctica de la gestión, donde hace referencia al cliente interno, quienes son los que determinan la producción y la prosperidad del negocio. Asimismo, American Express, Catalonia Hotels & y Cisco, son empresas que según sus principios axiológicos incentivan la satisfacción de las necesidades de sus clientes internos, para generar interés

La calidad total está implícita en la satisfacción del cliente interno ya que involucra que tanto la productividad, la rentabilidad y la aceptación en el mercado sean proporcionales al nivel de satisfacción. Es importante considerar el aspecto del cliente interno, puesto que al no satisfacer sus necesidades y expectativas puede resultar negativamente en la productividad e implica un gasto económico para la empresa.

En la empresa objeto de estudio, se realizó una entrevista previa al administrador, manifestando que los clientes internos tienen percepciones y necesidades diferentes acerca de su ambiente de trabajo y de las acciones que realiza la molinera a la cual pertenece, teniendo sensaciones que son determinantes en su actuar y esto podría verse reflejado en un punto de satisfacción del cliente interno influyendo en su rendimiento.

De acuerdo a lo señalado anteriormente se formuló la siguiente pregunta, ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes internos de una empresa molinera Lambayecana? asimismo, se planteó como objetivo general determinar el nivel de satisfacción de los clientes internos de una empresa molinera Lambayecana.; mientras que los objetivos específicos son describir el trabajo en Grupo, estimulación laboral, contenido de la tarea y condición de bienestar de los clientes internos de una empresa molinera Lambayecana.

La presente investigación cobra relevancia dado que permite identificar el nivel de satisfacción experimentada por los clientes internos de la empresa, de forma confiable y objetiva, siendo este un factor esencial de la empresa, al permitir el logro de resultados necesarios para el desarrollo de la molinera, a su vez, al brindar los hallazgos a los directivos de la organización, se pueden diseñar y desplegar propuestas de mejora, mediante programas de intervención y capacitación, que se orienten a proporcionar condiciones favorables para la satisfacción del capital humano. Además, dado que se han evidenciado limitados estudios en torno a la variable en el contexto local y nacional, la investigación contribuye en la ampliación de conocimientos e información, pudiendo ser útil en futuras investigaciones.

Revisión de literatura

En cuanto a los antecedentes del presente estudio, a nivel internacional, en Jordania, Fayez y Al Hamdan (2022) evaluaron la satisfacción laboral, calidad de vida laboral e intención de rotación en enfermeras y personal administrativo. El estudio fue transversal, descriptivo. Participaron 200 personal de salud de tres hospitales a quienes se les administró una encuesta QNWL de Brooks, escala de satisfacción del trabajador de Muller y McClosky, y una ficha sociodemográfica. Se halló que el personal se encontraba moderadamente satisfecho con su trabajo. Se concluyó que las condiciones del medio como los incentivos que se les brindaba en el ambiente, reflejaba su satisfacción actual.

En México, Noda et al. (2020) efectuaron una investigación con la finalidad de identificar la satisfacción del cliente interno en organizaciones de servicio y generar una propuesta de mejora. La investigación fue descriptiva-propositiva. Emplearon el cuestionario de satisfacción en el cliente interno de Steffanel compuesta por trabajo en grupo, estimulación, contenido de la tarea y condiciones de trabajo. Se aplicó a 353 colaboradores de pequeñas y medianas empresas. Se halló que el nivel predominante de satisfacción fue bajo en los trabajadores, y de acuerdo a dimensiones se ubican en la categoría media en condiciones de trabajo.

En Egipto, Ali (2019) ejecutó una investigación con el fin de determinar la satisfacción laboral del personal administrativo. El estudio fue transversal, descriptivo. La muestra fue probabilística, siendo 158 empleados, de ambos sexos, de 22 a 59 años, con periodo de servicio mayor a 5 años. Se aplicó una encuesta de satisfacción al personal, la cual analiza las condiciones de trabajo, relaciones entre compañeros, liderazgos y motivación. Se halló que el nivel medio fue el predominante en cuanto a satisfacción del cliente interno, es decir, perciben aspectos favorables como algunas barreras en su trabajo diario.

En Ecuador, Guamán et al. (2017) realizaron un estudio con la finalidad de identificar la satisfacción laboral y riesgos psicosociales en el personal administrativo. El estudio fue no experimental, descriptivo-analítico. Los instrumentos fueron los cuestionarios de CoPsoQ-istas y una escala de satisfacción laboral, aplicados a 381 funcionarios administrativos de una universidad. Se encontró que la satisfacción de los colaboradores se encuentra ubicada en la categoría indistinta, señalando que aspectos como reconocimiento laboral, autorrealización personal y responsabilidad se contemplan como inadecuadas.

A nivel nacional, Rildo et al. (2020) en su investigación plantearon determinar la satisfacción en tiempos de Covid-19 en trabajadores de gobiernos locales de Arequipa. El estudio fue descriptivo-analítico. Los participantes fueron 500 colaboradores, seleccionados por

muestreo aleatorio simple, varones y mujeres, de 20 a 59 años. El instrumento fue la escala de satisfacción laboral de Palma, dividida en 7 factores. Se obtuvo que el 99% de los trabajadores se encuentra en un nivel regular con tendencia a la insatisfacción frente a su trabajo, siendo factores relevantes las condiciones laborales a resultado de la pandemia las que repercuten negativamente. Se concluyó que valorar la satisfacción de los trabajadores es esencial dado que afecta la vida laboral y rendimiento de los mismos.

Boada (2019) en su estudio analizó la satisfacción laboral de colaboradores de una Pyme, como el desempeño laboral. El estudio fue descriptivo-correlacional. Se emplearon dos instrumentos: un cuestionario de desempeño elaborado por la investigadora, y el cuestionario de satisfacción de Palma. La muestra estuvo compuesta por 124 colaboradores del área de seguridad, varones, de 25 a 40 años. Se encontró que el 56% de los trabajadores refieren sentirse satisfechos con su labor, manifestando que los factores que destacan para ello, son las condiciones de trabajo y el beneficio económico.

Marín y Placencia (2017) plantearon un estudio con el objetivo de identificar la motivación y satisfacción de los colaboradores de una organización del sector privado. La investigación fue transversal, descriptivo. Los participantes fueron 209 trabajadores de 5 oficinas de Ica e Lima, varones y mujeres, de 18 a 60 años, a los cuales se les administró un cuestionario de datos, de motivación laboral y de satisfacción el colaborador de Font Roja. Los resultados señalan que el 56.6% se encuentran medianamente satisfecho, destacando debido a los componentes de interés y motivación, reconocimiento y adecuación al perfil laboral.

En cuanto a referentes teóricos de la satisfacción del cliente interno, tal como refiere Boada (2019) no existe aún un concepto unánime de la variable, sino se encuentra abordada y enfatizada en diversas características de acuerdo a autores como enfoques de estudio. Entre los más resaltantes se hallan los siguientes:

Como las de mayor consenso, se encuentra Palma (2005) quien define la satisfacción de los trabajadores como la predisposición ante sus funciones laborales, fundamentadas en creencias y valores positivos, los que se encuentran generados debido a la rutina laboral. Y Locke (citado en Steffanell-De León et al., 2017) conceptualizando como un estado emocional agradable, generado por la evaluación que realiza el trabajador hacia sus funciones y experiencias.

Por su parte, Herzberg (citado en Alfaro et al., 2014) quien plantea que la satisfacción del colaborador se halla como resultados de factores intrínseco, asociados directamente a naturaleza de las tareas del trabajo, y desencadena sentimientos relacionados al desarrollo

personal, tales como logros, reconocimientos y promociones; y factores extrínsecos, entre los que se hallan el sueldo, beneficios monetarios, ambiente físico y relación con compañeros.

En esta línea, también es necesario señalar la concepción de cliente interno, sobre la cual se fundamenta el presente estudio, según Talavera y Pleguezuelos (citado en Steffanell-De León et al., 2017) referido a aquel miembro de la organización, que recibe el resultado de un proceso previo, ejecutado en la misma empresa, pudiendo así concebir una red interna de proveedores y clientes.

El modelo teórico que sustenta el presente estudio es el formulado por Steffanell-De León et al. (2017) desde el cual la satisfacción del cliente interno se divide en cuatro dimensiones:

Condiciones de bienestar, referida a la necesidad de desarrollar habilidades como conocimientos, evaluación del trabajo efectuado, y la aportación en establecimiento de metas y objetivos organizacionales.

Estimulación laboral, orientada a la autonomía para la ejecución de funciones laborales, percepción en resultado final del esfuerzo realizado en el trabajo, salario adecuado y un entorno laboral seguro.

Trabajo en grupo, englobando los mecanismos de trabajos como algunos auxiliares, las condiciones del ambiente, y programas de intervención en el desarrollo personal y profesional.

Contenido de la tarea, el cual contempla el trabajo en equipo, estimulación continua, relaciones interpersonales y valoración del trabajo efectuado.

Y la importancia de la satisfacción del cliente interno radica en su impacto en el bienestar y rendimiento integral del colaborador, como en que se proyecta en la calidad percibida en el exterior, es decir, en el nivel de servicios ofrecidos a los clientes que reciben el producto (Steffanell-De León et al., 2017).

Materiales y métodos

La presente investigación tuvo un enfoque cuantitativo ya que se emplea la medición numérica y análisis estadístico para la consolidación de teorías y establecer a exactitud patrones de cómo se debe comportar una determinada población, además, el diseño de la investigación fue no experimental puesto que no se realizó ningún tipo de intervención y manipulación de la variable, y el nivel fue descriptivo (Hernández y Mendoza, 2018).

La población estuvo constituida por una empresa molinera Lambayecana y la muestra fue de 30 colaboradores los cuales fueron hombres y mujeres, de edades que oscilan entre 20-40 años de esta misma entidad tomando en cuenta solo al área administrativa, porque las demás áreas (producción, logística, etc.), solo ven temas relacionados a los procesos de la empresa.

La técnica de recolección de datos que se aplicó fue la encuesta, diseñada por Steffanell-De León et al. (2017) la cual fue construida en base a la literatura lo que conllevó a ser validado por el juicio de expertos en el tema y el instrumento fue el cuestionario que estuvo conformado por 15 ítems que estuvieron estructurados de acuerdo a las cuatro dimensiones.

En lo que concierne al procedimiento de la recolección de datos se inició con encuestar a los colaboradores y para el procesamiento de los datos se colocó la información obtenida en Microsoft Excel 2016 para después utilizar el programa informático SPSS (Statistical Package for Social Sciences) Versión 22-2014. Asimismo, se verificaron las propiedades psicométricas del instrumento, en primer lugar, la validez por constructo, para lo cual se obtuvo: la varianza, la prueba de Barlett para el cliente interno, KMO que arrojó como resultado a un 0,672, seguidamente de la matriz de los componentes rotado, encontrando que en los primeros 4 componentes es posible explicar la varianza total de 80.548%. esto indica que la varianza total del primer eje es de 35.662%, el segundo la varianza alcanza el 50.326% y el último 80.5%. esto explica que la formación de los 4 ejes con las dimensiones puede indicar en gran medida el fenómeno; además, se halló la confiabilidad por alpha de Cronbach para cada dimensión, teniendo como resultado a un 0,750, lo que significa fiabilidad buena.

Tabla N° 1 Operacionalización de variable

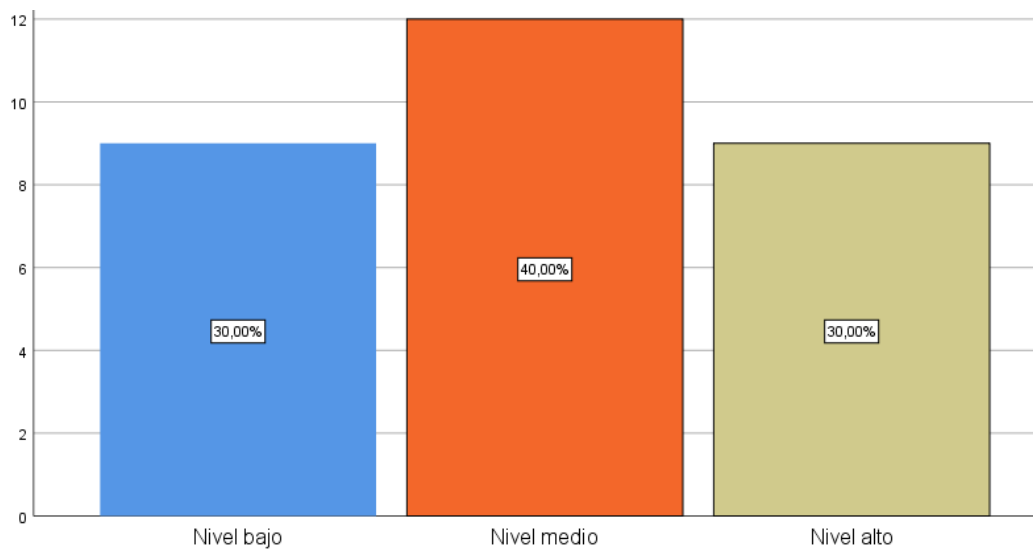
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Satisfacción del cliente interno	El cliente interno es aquel miembro de la organización, que recibe el resultado de un proceso anterior, llevado a cabo en la misma organización, la que se puede concebir como una red interna de proveedores y clientes. (Talavera Pleguezuelos, 1999)	Trabajo en grupo	Efectos de la tarea
			Mecanismos de trabajo
			Condiciones de trabajo
			Programas de desarrollo personal y profesional
		Estimulación laboral	Autonomía
			Percepción
			Salario devengado
		Contenido de la tarea	Entorno Laboral
			Trabajo en equipo
			Estimulo
			Relaciones humanas
			Salario adecuado
		Condición de bienestar	Necesidad de habilidades
Valoración del trabajo			
			Aporte de individuos en fijación de metas

Nota: Elaborado en base a La satisfacción del cliente interno en pequeñas y medianas empresas hoteleras Steffanell-De León et al. (2017).

Resultados y discusión

Objetivo general: Nivel de satisfacción del cliente interno

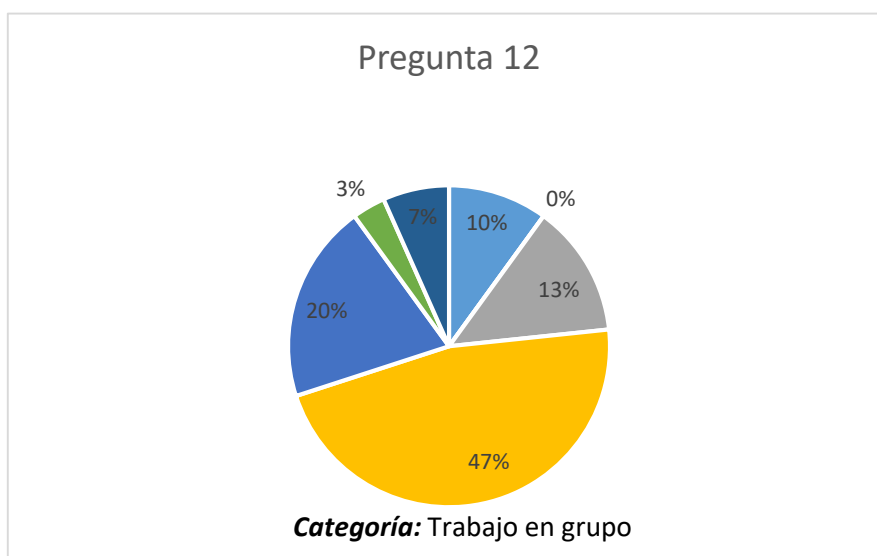
Tabla 2. Nivel de satisfacción del cliente interno



Se encontró que el nivel predominante de satisfacción del cliente interno fue el medio, con un 40% de colaboradores ubicados en esta categoría, seguido, por el 30% en nivel alto, como en nivel bajo, es decir, se evidencia que el cliente interno presenta indicadores de satisfacción como de insatisfacción hacia su rol en la organización.

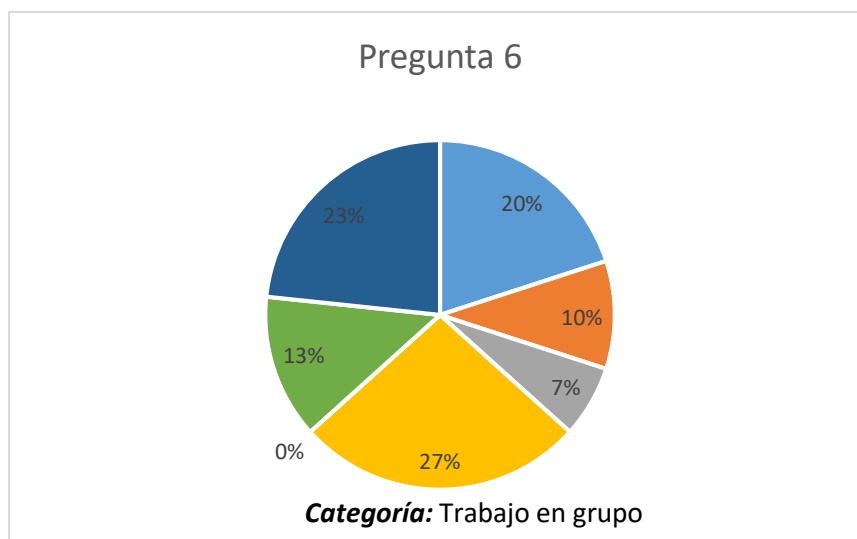
Objetivo específico N°1: Trabajo en equipo del cliente interno

TABLA 3. Nivel de satisfacción del cliente interno basado en las posibilidades de progresar en la empresa

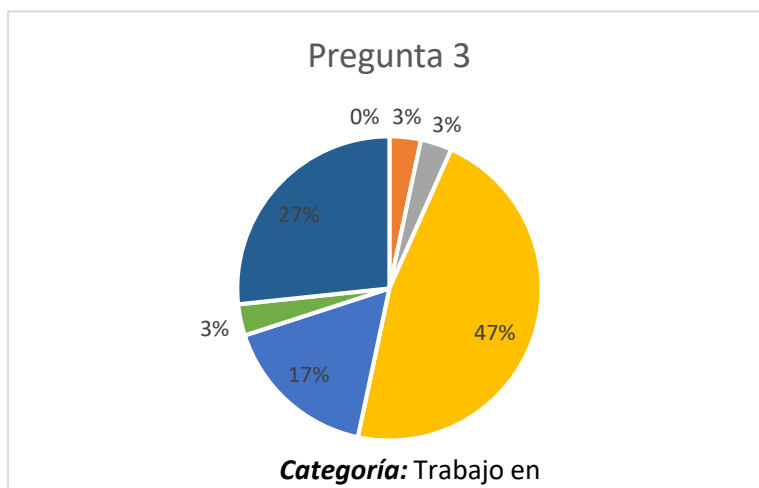


En relación a la pregunta 12, los colaboradores mencionan que de acuerdo a las posibilidades de progreso se percibe que estas son escasas en la empresa representado por el 47% , y los motivos causantes son el bajo interés de la empresa hacia el crecimiento del cliente interno.

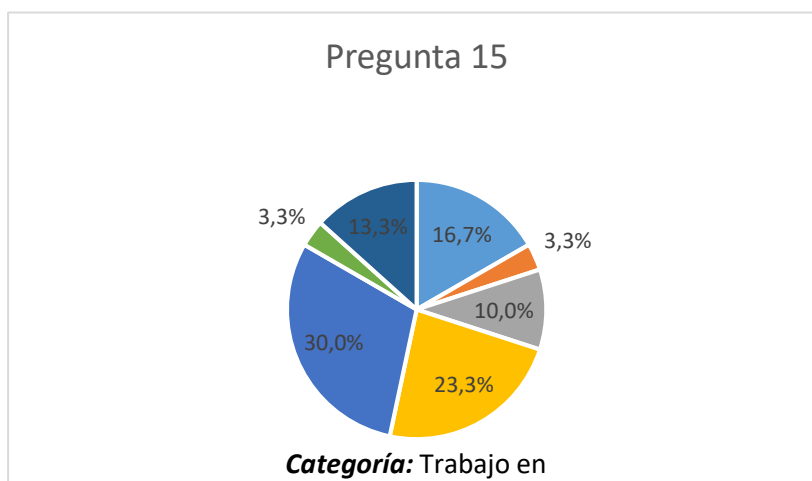
TABLA 4: Nivel de satisfacción del cliente interno basado en capacitaciones



De acuerdo a los resultados que se han obtenido en la pregunta 6, se puede observar a detalle que los trabajadores en ocasiones han recibido capacitaciones mientras que un porcentaje del 20% manifiesta que no las ha recibido, porque recién han ingresado a laborar o no les interesa crecer.

TABLA 5: Nivel de satisfacción del cliente interno basado en la seguridad laboral

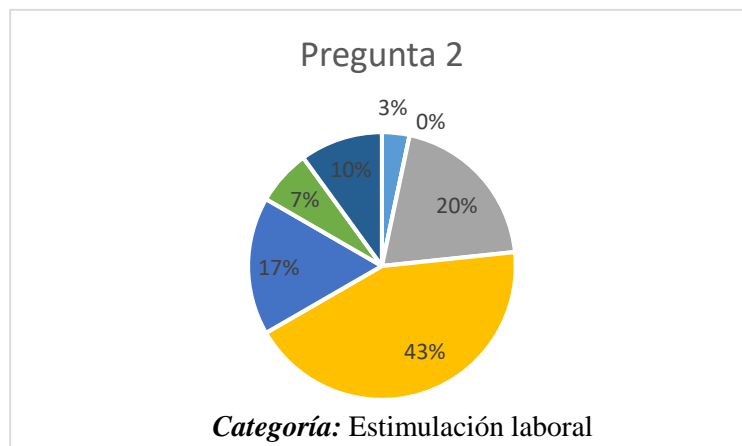
En relación a los datos que se han obtenido la gran mayoría de los trabajadores cuentan con seguridad laboral, es decir que no hay una percepción de despido arbitrario, mientras que en minoría el 6% percibe que en cualquier momento puede haber un despido inmediato. Cabe indicar que la empresa al contratar los servicios realiza un acuerdo por medio de un contrato laboral que sirve como un respaldo hacia el trabajador.

TABLA 6: Nivel de satisfacción del cliente interno basado en oportunidades de desarrollo personal

Finalmente, según la pregunta 15, más de un 50% de los trabajadores manifestaron que la empresa les proporciona las herramientas y las oportunidades para lograr el crecimiento personal y profesional como por ejemplo las capacitaciones que se les brinda, y cabe señalar que ante el buen clima laboral que existe puede considerarse un factor determinante en la satisfacción de los colaboradores, mientras que un 16,7%, afirmó que la empresa no les brinda oportunidades de superación.

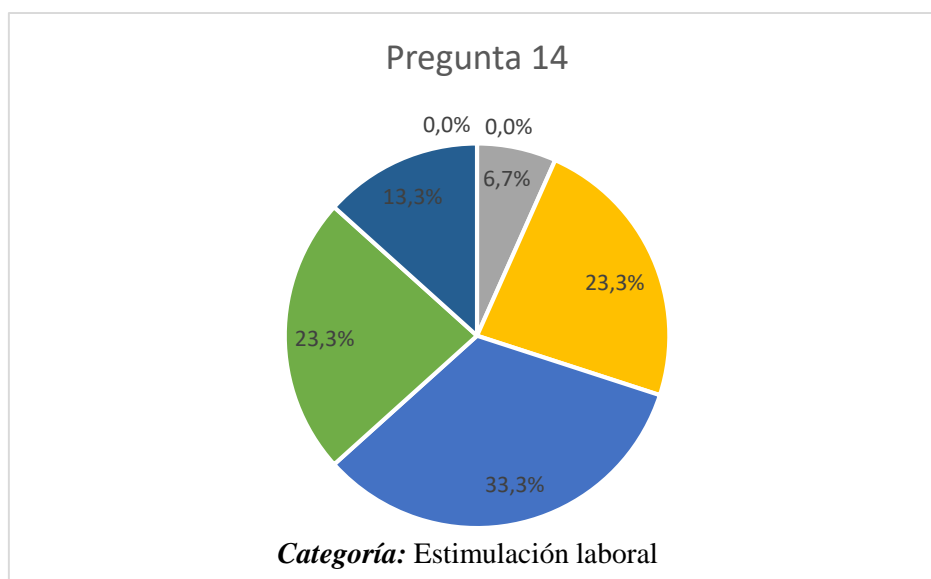
Objetivo específico n°2: Describir la Estimulación laboral del cliente interno

TABLA 7: Nivel de satisfacción del cliente interno basado en el desarrollo de competencias laborales



Según la pregunta 2, el 43% manifestó que es probable potenciar sus capacidades y convertir sus debilidades en fortalezas, resaltando que un 3% siente que no tienen oportunidad de potenciarlos ni desarrollarse de manera profesional y personal.

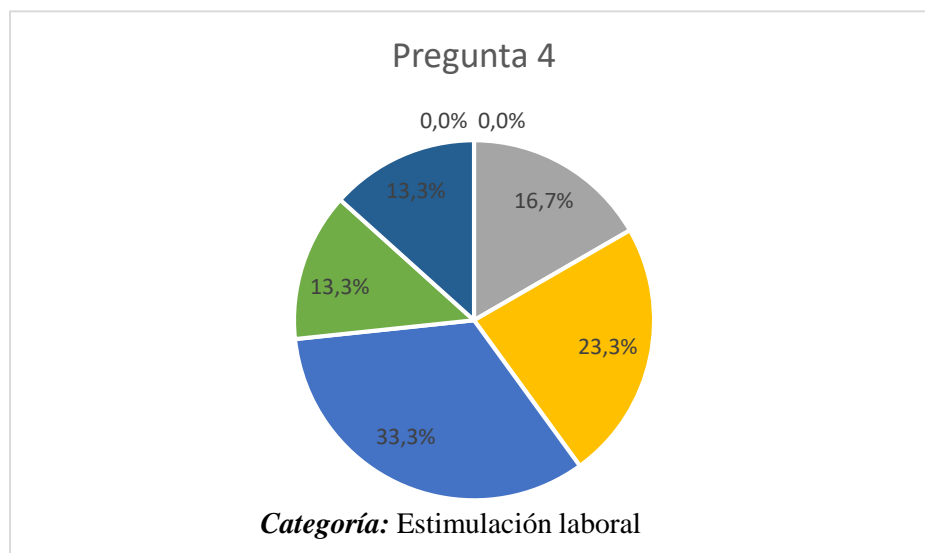
TABLA 8: Nivel de satisfacción del cliente interno basado en si la empresa funciona mejor con el trabajador



De acuerdo a la pregunta 14, el 33.3% de los encuestados dijeron que si se consideran personas imprescindibles en el desarrollo de los procesos de la compañía y para el logro de las metas. Por otro lado, el 6.7% afirman que pueden ser reemplazados de manera inmediata.

TABLA 9: Nivel de satisfacción del cliente interno basado en recompensas e incentivos extras

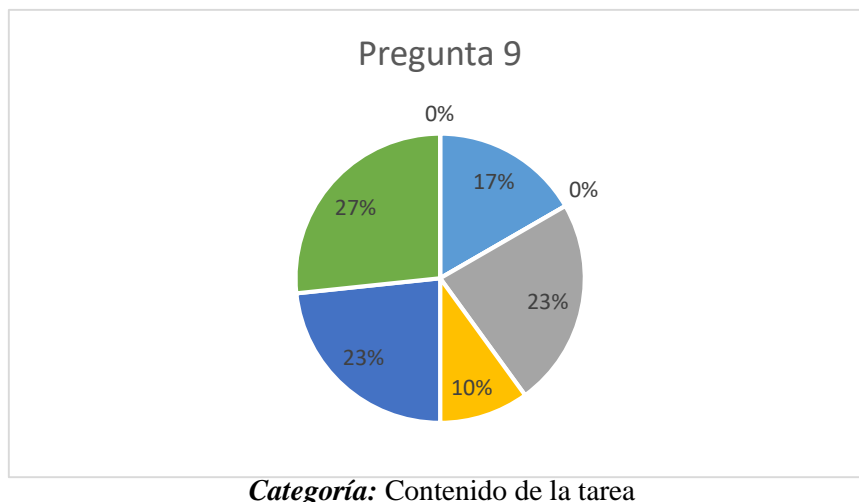
Según la pregunta 11, el 23% afirmó que es muy improbable que reciban algún incentivo por parte de la empresa, esto incluye la inexistencia de algún sistema de recompensas, ya sea por haber logrado una meta o por tener un buen desempeño. En la misma línea el 10% dice que es muy probable que si las reciba.

TABLA 10: Nivel de satisfacción del cliente interno basado en el trabajo

De acuerdo a la pregunta 4, el 33.3% de encuestados manifestaron que es muy probable que el trabajo que desarrollan tenga un impacto en la ciudadanía chichilayana y un 16.7% indica que es poco probable que tenga repercusión alguna.

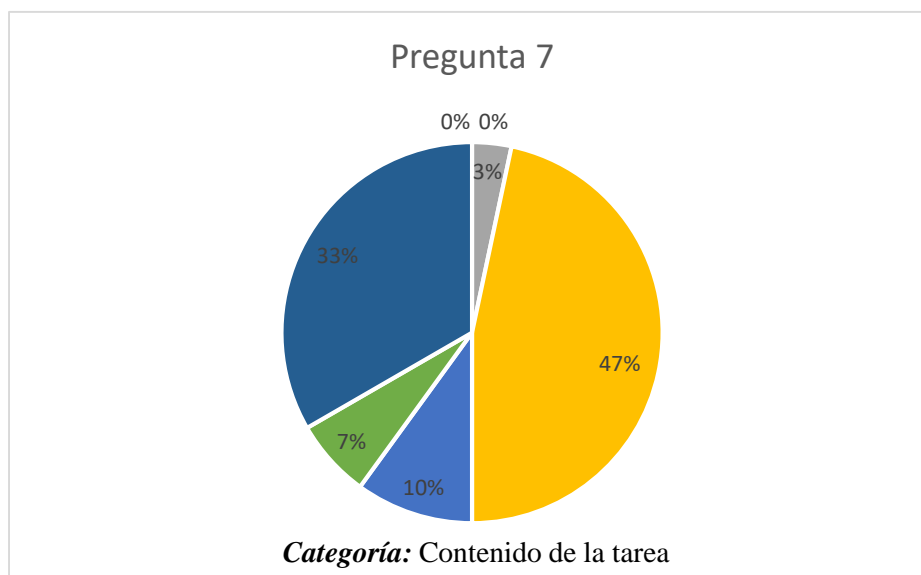
Objetivo específico n°3: Describir el contenido de la tarea del cliente interno

TABLA 11: Nivel de satisfacción del cliente interno basado en el compañerismo

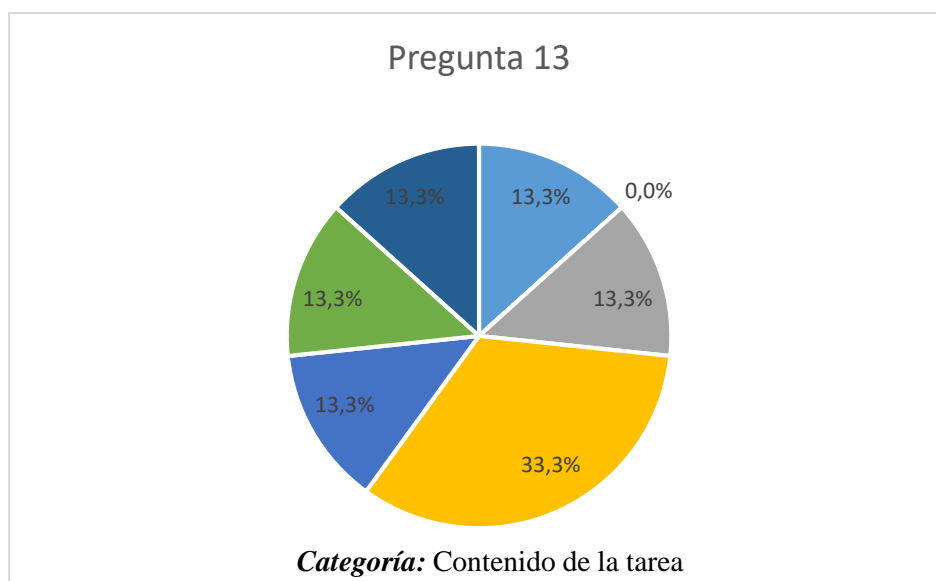


Según la pregunta 9, el 27% de los encuestados manifestaron que es muy probable que dentro de la empresa se realicen reuniones para fomentar el compañerismo, y ser óptimos en relación al logro de las metas. Mientras que un 10% afirmaron que no es probable en establecer buenas relaciones con sus compañeros de trabajo.

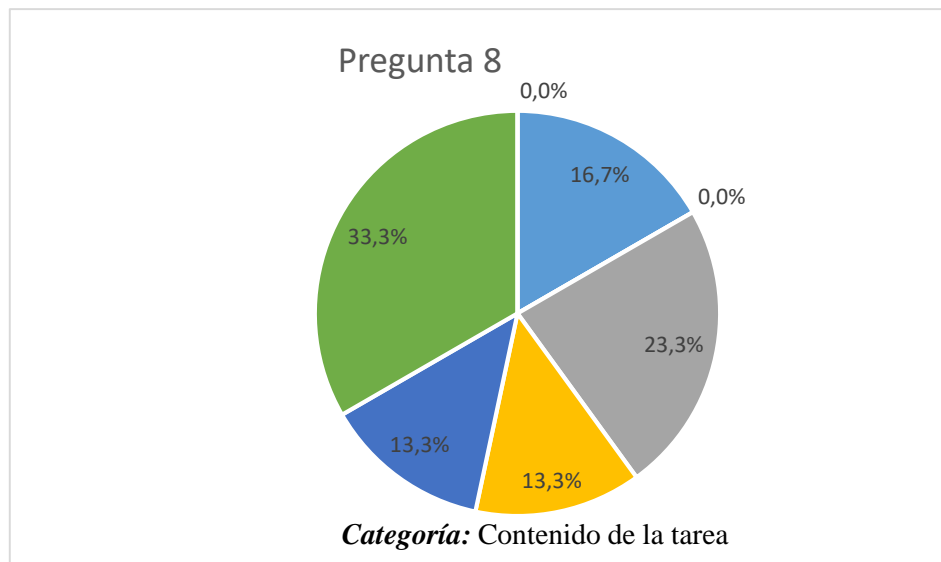
TABLA 12: Nivel de satisfacción del cliente interno basado en la relación con sus jefes



Según la pregunta 7, cerca del 50% de encuestados consideran que, si existe una buena relación con el jefe, porque cuando los trabajadores tienen una duda, el jefe se muestra dispuesto a ayudarlos, y esto se puede determinar como algo influyente en la satisfacción del cliente interno de la empresa molinera. En comparación con un porcentaje del 3% que menciona lo contrario.

TABLA 13. Nivel de satisfacción del cliente interno basado en la relación con los compañeros

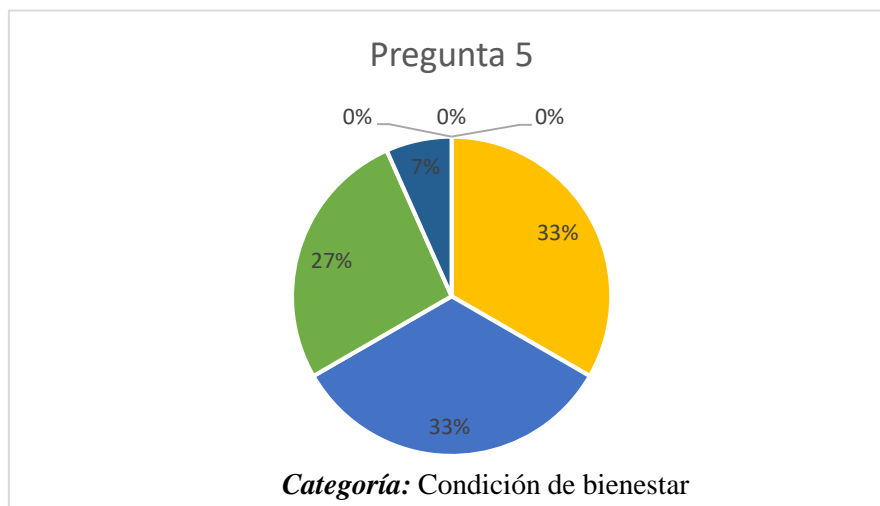
Con respecto a la pregunta 13, el 33.3% de encuestados manifestaron que, si existe buena relación e interacción con sus compañeros de trabajo, permitiendo trabajar en un buen clima organizacional y un 13% de ellos manifestaron que es muy probable y muy improbable.

TABLA 14. Nivel de satisfacción del cliente interno basado en los beneficios económicos

De acuerdo a la pregunta 8, el 33.3% de los encuestados afirmaron que es muy probable que con los beneficios que reciben pueden sentir satisfacción alguna, ya que la mayoría de ellos son personas que no están experimentando la vida familiar, ni problemas en la parte económica y el 16.7% perciben que los beneficios económicos recibidos no son suficientes.

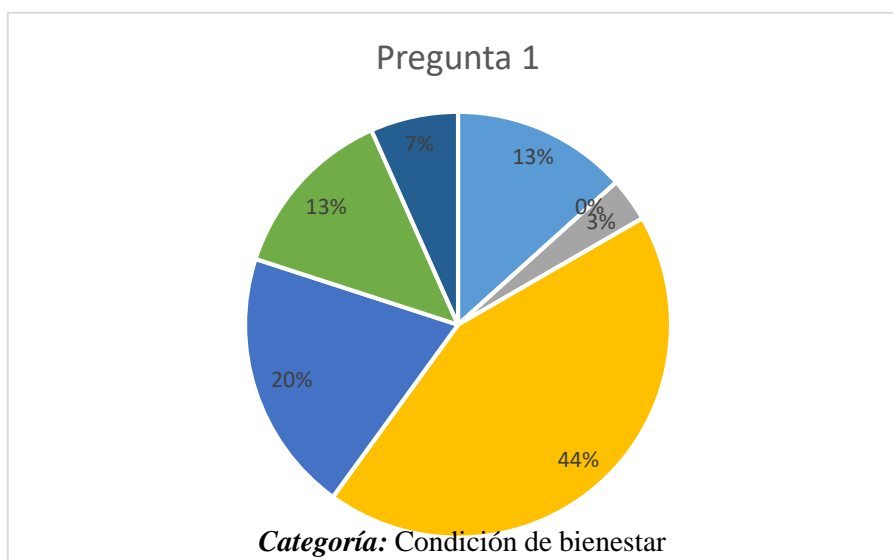
Objetivo específico n°4: Describir la condición de bienestar del cliente interno

TABLA 15. Nivel de satisfacción del cliente interno basado en la satisfacción del jefe



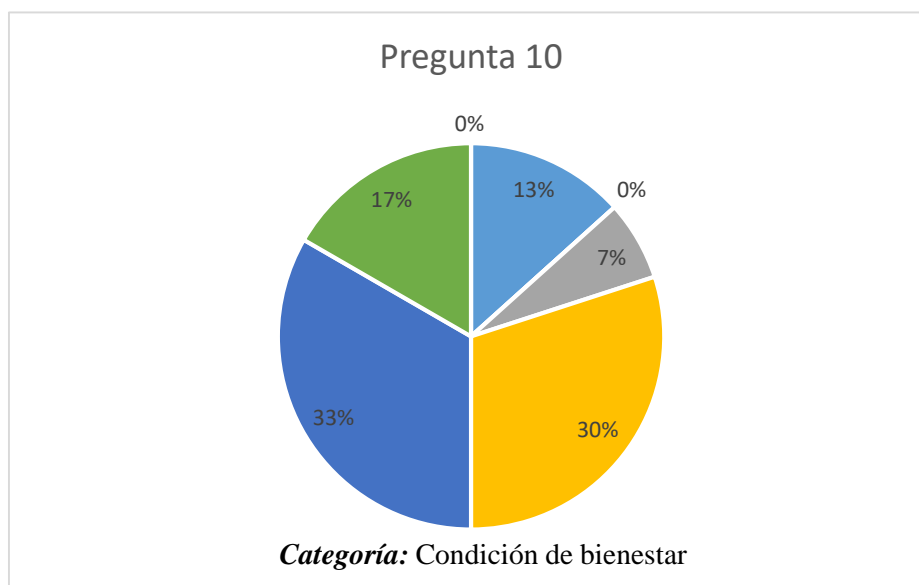
En relación a la pregunta 5, más del 50% manifestaron que es muy probable que sus jefes estén satisfechos con su trabajo cumplir con las expectativas que la empresa ha planteado tanto a corto y a largo plazo. Asimismo, el otro 33% menciona que es probable que su jefe se sienta satisfecho con su desempeño.

TABLA 16. Nivel de satisfacción del cliente interno basado en el rendimiento



Con respecto a la pregunta 1, el 44% no está seguro de ello porque en ocasiones puede que la empresa no les brinde un incremento en sus sueldos, tomándolo como algo sin importancia. Mientras que un 3% dijeron que es muy improbable recibir incremento salarial.

TABLA 17. Nivel de satisfacción del cliente interno basado en la consideración de las opiniones



De acuerdo a la pregunta 10, el 33% de los trabajadores manifestaron que, si se les toma en cuenta las opiniones; mientras que el 7% afirma lo contrario.

Las empresas buscan una mayor rentabilidad, ser capaces de producir lo que su público objetivo requiere y lograr sobrevivir en el tiempo. Sin embargo, existen otras empresas como la empresa molinera, la cual no solo busca los tres objetivos básicos de una organización ya planteada y solventada en el mercado, sino también realizar una serie de actividades que mejoren la convivencia y clima interno. Dicho esto, podemos discutir lo siguiente.

En cuanto a la discusión de resultados y según al primer objetivo específico, describir el trabajo en grupo de los clientes internos de una empresa molinera Lambayecana, los colaboradores manifiestan en su mayor parte que perciben seguridad laboral en la organización, es decir, consideran que su posición les brinda estabilidad, por otro lado, predomina el escaso conocimiento en torno a las oportunidades de crecimiento en la empresa a nivel personal y laboral en el ambiente laboral actual, de la mano con el limitado número de capacitaciones que reciben los trabajadores. Los resultados son semejantes a los hallados por Rildo et al. (2020) y Noda et al. (2020) en el cual indican un nivel promedio de relaciones interpersonales y trabajo en equipo en su población de estudio, fundamentada en la seguridad laboral percibida, posibilidad de crecimiento a nivel laboral y personal, como el uso de herramientas de capacitación.

Con respecto al segundo objetivo específico, describir la estimulación laboral de los clientes internos de una empresa molinera Lambayecana, se encontró con elevada frecuencia que los trabajadores se encuentran incentivados, consideran que es probable el desarrollo de competencias laborales, sus labores pueden presentar un impacto en la ciudadanía y ejercen un rol activo y relevante en la empresa, no obstante, indican que son escasas las muestras de recompensas e incentivos extra. Esta dimensión es concebida de acuerdo a Steffanell-De León et al (2017) como la forma en cómo se motiva y reconoce a los trabajadores permitiendo que actúe de manera efectiva y se encuentren direccionados a generar beneficios tanto personales como para la empresa misma. Los hallazgos son similares a los señalados por Marín y Plascencia (2017), manifestando que los trabajadores se encuentran interesados por las funciones que realizan, consideran su rol importante para los objetivos organizacionales y perciben que los reconocimientos aún son limitados.

A su vez, el objetivo específico 3, describir el contenido de la tarea de los clientes internos de una empresa Lambayecana, se mostró que los colaboradores en función al contenido de la tarea, fomentan el compañerismo entre las áreas y ser óptimos en el logro de los resultados, presentan una relación adecuada con su jefe, como una buena interacción entre compañeros, además, en lo respectivo a beneficios económicos, un porcentaje algunos catalogan como suficientes para satisfacer sus necesidades fundamentales, mientras que por otro lado, considera lo contrario. Según De León (2017), expresa que el contenido de la tarea es el nivel de responsabilidad que se tiene cuando el colaborador se empieza a desarrollar, brindando beneficios a sus capacidades y gestionar el conocimiento, sus indicadores son el trabajo en equipo, estímulo, relaciones humanas y el salario adecuado. Los hallazgos son semejantes a lo encontrado por Pintado y Reyes (2020) y Marín y Plascencia (2017) quienes indicaron que alrededor un 50% de los colaboradores se encontraban satisfecho con el apoyo, compañerismo y liderazgo en su organización, lo cual era un indicador relevante para la satisfacción global percibida; es decir, de manera similar al presente estudio, un promedio de colaboradores percibe favorablemente la relación su jefe inmediato, compañeros como el apoyo experimentado, de igual manera, no resaltan a los beneficios económicos como un aspectos favorable.

Según el objetivo específico 4, describir la condición de bienestar de los clientes internos de una empresa molinera Lambayecana, los colaboradores perciben que realizan un buen trabajo y sus jefes así lo verificarían, a su vez, en su mayoría, consideran que sus opiniones son tomadas en cuenta en la toma decisiones de equipo, no obstante, muestran incertidumbre en cuanto a un posible aumento de sueldo a pesar del cumplimiento adecuado de sus labores. Para Steffanell-

De León (2017), la condición de bienestar se refiere a los factores internos como externos que condicionan la forma de trabajar del empleado y de ello depende el compromiso, satisfacción y lealtad que sienta hacia la empresa, y se basa en tres indicadores, la necesidad de habilidades, valoración del trabajo y el aporte de individuos en fijación de metas, es decir, si bien los colaboradores experimentan que sus funciones y rol es valorado, el incentivo económico ante el establecimiento de metas óptimas podría ser una limitante a su satisfacción. Lo cual, guarda relación con lo señalado por Boada (2019) en cuanto a los niveles altos de valoración de perspectiva y trabajo por parte del personal como de los jefes inmediatos, lo que genera en el colaborador orientación hacia sus labores; asimismo, a los resultados indicados por Guamán et al. (2017) en tanto al nivel desfavorable de percepción de reconocimiento laboral mediante medidas económicas, lo que impacta de manera negativa en la satisfacción del colaborador; en ese sentido, tal como en el presente estudio, se evidencia que la valoración de funciones como de opiniones por parte de su jefe inmediato favorece la satisfacción laboral, sin embargo, se hallan escasos reconocimientos económicos en las organizaciones.

Finalmente, de acuerdo al objetivo general, en cuanto al nivel de satisfacción de los clientes internos de una empresa molinera Lambayecana, los resultados arrojaron que el nivel de satisfacción del cliente interno más frecuente es el medio, ello dado que se hallan según dimensiones aspectos favorables tales como seguridad laboral, contenido de la tarea caracterizada por compañerismo, buen trato del jefe inmediato y de los colaboradores pares, asimismo, facilidades medianas para el desarrollo de competencias, como percepción de valoración adecuada de sus funciones; no obstante, se encontraron percepciones desfavorables y consideradas aspectos de mejora, como el bajo número de capacitaciones, poco conocimiento sobre las posibilidades de crecimiento personal en la empresa, y limitados incentivos como recompensas económicas ante el cumplimiento de objetivos organizacionales. Los resultados se alinean a lo encontrado por Noda et al. (2020) y Pintado y Reyes (2020) quienes manifiestan que el nivel predominante en sus poblaciones es regular, dado que existen dimensiones e indicadores en los que los colaboradores perciben mayor satisfacción y orientación, mientras que, indicadores, en especial aquellas orientadas a recompensas e incentivos en las que los trabajadores perciben mayores falencias y limitaciones, lo que reduce la satisfacción global del cliente interno.

Conclusiones

La satisfacción del cliente interno se puede describir en un nivel medio, dado que existen aspectos e indicadores que los colaboradores perciben como adecuados tales como el compañerismo, relación con los pares y jefes inmediatos, por otro lado, consideran como aspectos de mejora la limitada estimulación laboral y búsqueda de bienestar.

En relación al trabajo en grupo de los clientes internos, los colaboradores experimentan seguridad laboral, a su vez, consideran que pueden desarrollarse de manera personal, no obstante, existen limitadas capacitaciones y percepción limitada de progreso en la empresa.

De acuerdo a la estimulación laboral del cliente interno, la empresa desarrollar medianas estrategias para incentivar el desarrollo del trabajador en beneficio personal y organizacional, sin embargo, escasos incentivos y recompensas extras, sobre todo de índole económica.

Por otro lado, se describe el contenido de la tarea del cliente interno, de acuerdo a la adecuada relación con compañeros y jefes inmediatos, a su vez, consideran adecuados los beneficios económicos para satisfacer necesidades básicas.

Finalmente, en la dimensión condición de bienestar, perciben que sus opiniones son tomadas en consideración en mediana medida, además, experimentan satisfacción con su jefe, y contemplan que su salario no incrementaría a pesar de su buen rendimiento.

Recomendaciones

En relación a la satisfacción del cliente interno, la empresa debe fomentar el intercambio de ideas dentro de los miembros del equipo, escucharlas y tenerlas en cuenta, lo cual hará sentirse valorados e implementar programas orientados a desarrollar las competencias logrando incentivar una cultura en la que se fomente la creatividad.

De acuerdo a la dimensión de trabajo en grupo, la empresa debe establecer un plan mensual de talleres, cursos o webinars relacionadas a un aprendizaje continuo. Asimismo, es necesario elaborar un plan de mejora continua, con indicaciones de acciones concretas como a percepción de su rendimiento para el presente y futuro.

Por otro lado, según la estimulación laboral, la empresa debe realizar un seguimiento a cada trabajador, aplicando un test concreto y dependiendo de los resultados del test realizado hacer la adecuación debida en los puestos de trabajo, ya que se pueden haber cometido errores en el proceso de reclutamiento y selección, y con la falta de definición del rol que ocupa el trabajador dentro de la empresa según su categoría profesional. Añadiendo a ello, los jefes o encargados deben reconocer y felicitar a los trabajadores por su trabajo ya que tiene un impacto muy positivo en la motivación de los mismos.

De acuerdo al contenido de la tarea, la empresa debe incorporar niveles de autocontrol y responsabilidad en las tareas a desarrollar y combinarlas con otras actividades especializadas que promuevan la formación continua dentro de sus puestos de trabajo, de tal manera que se brinde autonomía e independencia al trabajador para realizar y planificar su trabajo, aportando un sentimiento de responsabilidad sobre los resultados obtenidos.

Finalmente, en relación a la condición de bienestar de debe desarrollar planes de formación, lo que les garantizara contar con un equipo preparado y con los conocimientos necesarios para cumplir con sus objetivos. También es necesario brindar los beneficios sociales para mejorar el bienestar de los empleados y contribuir a un aumento de la productividad.

Referencias

- Boada, N. (2019). Satisfacción laboral y su relación con el desempeño laboral en una Pyme de servicios de seguridad en el Perú. *Journal of Economics, Finance and International Business*, 3(1), 75-103. <https://revistas.usil.edu.pe/index.php/jefib/article/view/398/740>
- Diario Gestión. (16 de enero, 2019). *El 82% de la rentabilidad empresarial depende de los colaboradores.* <https://gestion.pe/economia/management-empleo/82-rentabilidad-empresarial-depende-colaboradores-255913-noticia/>
- Fayes, M., & Al-Hamdan, Z. (2022). Quality of nursing work life, job satisfaction, and intent to leave among Jordanian nurses: A descriptive study. *Heliyon*, 8 (7), 98-110. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844022011264>
- Forbes. (14 de junio, 2018). *Cultura Centrada en satisfacer al cliente interno.* <https://www.forbes.com.mx/cultura-centrada-en-satisfacer-al-cliente-interno/>
- Guamán, M., Bejarano, B. y Gaibor, I. (2017). Los riesgos psicosociales y la satisfacción laboral: Un estudio descriptivo de corte transeccional aplicado al personal administrativo de instituciones de Educación Superior en la República del Ecuador. *Organización y dirección de empresas*, 12 (2), 10-23. <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/754>
- Navarro, M. & Lavado, A. (2010). Cómo afecta la relación del empleado con el líder a su compromiso con la organización. *Universia business review*, 26, 112- 132. <https://www.redalyc.org/pdf/433/43315587006.pdf>
- Noda, M., Hernández, G., Medina, A., Pérez, R. & Steffanell De León, I. (2020). Procedimientos de apoyo en la gestión y mejora de procesos. *Documentos y procesos de apoyo para la gestión*, 2, 83-102. https://www.researchgate.net/publication/352106262_LA_SATISFACCION_DEL_CLIENTE_INTERNO_EN_ORGANIZACIONES_DE_SERVICIO_UNA_PROPUUESTA_PARA_SU_MEDICION_Y_MEJORA
- Observatorio de Recursos Humanos. (19 de mayo de 2019). *La satisfacción laboral en España cae tres puntos en un año y se sitúa por debajo de la media europea.* <https://www.observatoriorh.com/orh-posts/la-satisfaccion-laboral-en-espana-cae-tres-puntos-en-un-ano-y-se-situa-por-debajo-de-la-media-europea.html>
- Organización Internacional del trabajo. (2020). Panorama laboral 2020. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_764630.pdf

- Pintado M. & Reyes C. (2020). Satisfacción laboral y compromiso organizacional de los docentes de la Facultad De Ciencias Económicas, Administrativas y Contables-FACEAC, UNPRG; Lambayeque, 2017-2018. *Revista Científica Horizonte Empresarial*, 7 (1), 15-29. <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/1347/1438>
- Quiroz M., Ruiz, C., & Valdivieso G. (2020)- Talento humano y la satisfacción laboral e una empresa de construcción. *Revista de Instituto superior Politécnico José Antonio Echavarría*, XLI (2), 41-46. <https://www.redalyc.org/journal/3604/360464740011/html/>
- Rojas-Torres, A., Tiga-Loza, D. & Bello-Pinto, W. (2021). Calidad de vida laboral en empleados de una empresa distribuidora de bebidas de Santander, Colombia. *Medicina y seguridad del trabajo*, 67 (265), 253-265. <https://revista.isciii.es/index.php/MST/article/view/1206/1525>
- Sarmiento P.; Paredes T. (2019). Percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública. *Revista de Universidad Nacional Mayor de San Marcos*, 2 (1), 95-106. https://www.redalyc.org/journal/816/81661270006/html/#redalyc_81661270006_ref16
- Sánchez, M. & García, M. (2017). Satisfacción Laboral en los Entornos de Trabajo. Una exploración cualitativa para su estudio. *Scientia Et Technica*, 22 (2), 161-166. <https://www.redalyc.org/pdf/849/84953103007.pdf>
- Steffanell-De León, I., Arteta-Peña, Y. & Noda-Hernández, M. (2017). La satisfacción del cliente interno en pequeñas y medianas empresas hoteleras. *Ciencias Holguin*, 23 (3), 1-13. <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181552082003.pdf>

Anexos

Anexo 01: Cuestionario



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Escuela de Administración De Empresas

Mi nombre es Gabriela Joanna Ramírez Mío estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, mi presencia aquí se justifica en la realización de una encuesta que me permita conocer ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes internos de una empresa molinera Lambayecana?

OBJETIVO:

Conocer el nivel de satisfacción de los clientes internos de una empresa molinera Lambayecana

INSTRUCCIONES:

La información que se obtendrá será de carácter confidencial que se utilizará en el presente estudio y se le pide que responda a criterio, siendo lo más transparente posible.

CUESTIONARIO DE SATISFACCION DE LOS CLIENTES INTERNOS
--

Este cuestionario tiene por objeto conocer los niveles de satisfacción del cliente interno de una empresa molinera Lambayecana

PREGUNTAS	Muy Improbable			Punto Medio	Muy Probable		
	1	2	3		4	5	6
1. Basándose en su rendimiento ¿Es posible que se dé un aumento de sueldo?	1	2	3	4	5	6	7
2. ¿Tiene facilidades para desarrollar sus competencias laborales?	1	2	3	4	5	6	7
3. ¿Cree que cuenta con seguridad laboral dentro de su organización?	1	2	3	4	5	6	7
4. ¿Es posible un impacto o influencia basado en su trabajo? (refiriéndose a la comunidad)	1	2	3	4	5	6	7
5. ¿Su jefe se sentirá satisfecho con su trabajo?	1	2	3	4	5	6	7

6. ¿Ha recibido capacitaciones brindadas por su empresa?	1	2	3	4	5	6	7
7. ¿Considera buena la relación con su jefe inmediato?	1	2	3	4	5	6	7
8. ¿Los beneficios económicos que recibe en su empleo satisfacen sus necesidades básicas?	1	2	3	4	5	6	7
9. ¿Cree que en la empresa se fomenta el compañerismo y unión entre los trabajadores?	1	2	3	4	5	6	7
10. ¿Considera que las personas dentro de la empresa toman en cuenta sus opiniones?	1	2	3	4	5	6	7
11. ¿Recibe algún incentivo o recompensa extra por su trabajo?	1	2	3	4	5	6	7
12. ¿Cree que esforzándose tiene posibilidades de progresar en su organización?	1	2	3	4	5	6	7
13. ¿Considera buena su relación con sus compañeros?	1	2	3	4	5	6	7
14. ¿Considera que la empresa funciona mejor con usted?	1	2	3	4	5	6	7
15. ¿La empresa le proporciona oportunidades para su desarrollo personal?	1	2	3	4	5	6	7

Anexo 02: Constancia de Validación por juicio de expertos

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**

Quien suscribe...Guillermo Cabanillas Holguín... mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciada en Administración de empresas**, titulado "**NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES INTERNOS DE UNA EMPRESA MOLINERA LAMBAYECANA**", elaborado por la Est. **RAMÍREZ MIO GABRIELA JOANNA**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 8 de octubre de 2021.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Guillermo Cabanillas Holguín', is written over a horizontal dashed line.

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Guillermo Cabanillas Holguín.

Cargo Actual: Docente



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe **Rafael Camilo Girón Córdova** mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciada en Administración de empresas**, titulado " **NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES INTERNOS DE UNA EMPRESA MOLINERA LAMBAYECANA** ", elaborado por la Est. **RAMÍREZ MIO GABRIELA JOANNA**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 8 de octubre de 2021.

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Rafael Camilo Girón Córdova

Cargo Actual: Docente del Área de Talento Humano del Depto de CCEE de la Facultad de CC.EE. - USAT



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe JORGE AUGUSTO MUNDACA GUERRA mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciada en Administración de empresas**, titulado "**NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES INTERNOS DE UNA EMPRESA MOLINERA LAMBAYECANA**", elaborado por la Estudiante **RAMÍREZ MIO GABRIELA JOANNA**, reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 13 de octubre de 2021.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Jorge Augusto Mundaca Guerra", is written over a horizontal dashed line.

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr. Nombre: JORGE AUGUSTO MUNDACA GUERRA

Cargo Actual: DOCENTE INVESTIGADOR

Anexo 03: Matriz de Consistencia

Problema principal	Objetivo principal	Hipótesis principal	Dimensiones/ Variables	Indicadores/ Operacionalización
¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes internos de una empresa molinera Lambayecana?	Conocer el nivel de satisfacción de los clientes internos de una empresa molinera Lambayecana.			Efectos de la tarea Mecanismos de trabajo Condiciones de trabajo Programa de desarrollo personal y profesional.
	Objetivos específicos			
	✓ Describir el trabajo en Grupo de una empresa molinera Lambayecana.		Trabajo en grupo	Autonomía Percepción Salario devengado Entorno Laboral
	✓ Describir la estimulación laboral de los clientes internos de una empresa molinera Lambayecana.		Estimulación laboral	Trabajo en equipo Estimulo Relaciones humanas Salario adecuado
	✓ Describir el contenido de la tarea de los clientes internos de una empresa molinera Lambayecana.		Contenido de la tarea	Necesidad de habilidades Valoración del trabajo Aporte de individuos en fijación de metas
	✓ Describir la condición de bienestar de los clientes internos de una empresa molinera Lambayecana		Condición de bienestar	
Diseños y tipo de Investigación	Población/Muestra	Técnica e Instrumento	Procedimiento	Procesamiento de datos
Diseño No experimental Tipo Aplicada y de nivel Descriptivo	Población: Empresa Molinera Muestra: 30 colaboradores de área administrativa	Encuesta Instrumento: Cuestionario	se inició con encuestar a los colaboradores	Excel 2016 SPSS versión 22-2014

Anexo 4: Análisis factorial del instrumento

A través del SPSS versión 22, se obtuvo como resultado al estudio de la varianza, la prueba de Barlett para el cliente interno, seguidamente de la matriz de los componentes rotados. De acuerdo a la tabla 1 que se observa al estudio de varianza sobre las dimensiones con el fin de dar explicación al comportamiento de la variable de estudio.

TABLA 1. *Estudio de varianza para clientes internos*

	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	6.313	42.086	42.086	6.313	42.086	42.086	5.349	35.662	35.662
2	3.282	21.880	63.966	3.282	21.880	63.966	3.400	22.664	58.326
3	1.361	9.076	73.042	1.361	9.076	73.042	1.699	11.327	69.653
4	1.126	7.506	80.548	1.126	7.506	80.548	1.634	10.895	80.548
5	0.747	4.982	85.530						
6	0.634	4.226	89.756						
7	0.396	2.641	92.397						
8	0.308	2.056	94.454						
9	0.277	1.845	96.298						
10	0.200	1.334	97.633						
11	0.143	0.955	98.588						
12	0.096	0.641	99.229						
13	0.072	0.477	99.707						
14	0.024	0.157	99.863						
15	0.020	0.137	100.000						

En los primeros 4 componentes es posible explicar la varianza total de 80.548%. esto indica que la varianza total del primer eje es de 35.662%, el segundo la varianza alcanza el 50.326% y el último 80.5%. esto explica que la formación de los 4 ejes con las dimensiones puede indicar en gran medida el fenómeno. Las dimensiones con mayor peso están agrupadas en cada eje. El primer eje agrupa las dimensiones del trabajo en grupo, el segundo la estimulación laboral, el tercero, el contenido de la tarea y el cuarto contiene la condición de bienestar.