

**Influence of the organizational climate on customer satisfaction of the
Savings and Credit Cooperative “Negocios Andinos” Ltda**

**Influencia del clima organizacional en la satisfacción de los clientes de la
Cooperativa de Ahorro y Crédito “Negocios Andinos” Ltda**

Autoras:

García-Álava, Carmen Mabel
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MANABÍ
Maestrante
Portoviejo– Ecuador



cgarcia1781@utm.edu.ec



<https://orcid.org/0009-0008-8247-247X>

Zambrano-Mendoza, Luccy Elena
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MANABÍ
Ing. en contabilidad y auditoría Mg
Docente Tutora del área de Contabilidad y Auditoría
Portoviejo– Ecuador



luccy.zambrano@utm.edu.ec



<https://orcid.org/0009-0009-3766-8390>

Fechas de recepción: 22-MAR-2025 aceptación: 22-ABR-2025 publicación: 30-JUN-2025



<https://orcid.org/0000-0002-8695-5005>

<http://mqrinvestigar.com/>

Resumen

El clima organizacional es uno de los factores más importantes para el desarrollo integral de una empresa debido a su estrecha relación con el bienestar de los colaboradores de la misma, lo cual repercute en la calidad de servicio que estos ofrecen a los usuarios. El objetivo de esta investigación es determinar el impacto del clima organizacional en el nivel de satisfacción de los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Negocios Andinos” Ltda. Este estudio se realizó a través de una investigación de tipo descriptiva con un enfoque cuantitativo, los métodos que se emplearon fueron inductivo-deductivo y el análisis y síntesis. Se tuvo en cuenta la técnica de la encuesta con la cual se aplicó como instrumento un cuestionario. La población estuvo representada por 30 directivos, colaboradores y 80 Socios y/o Clientes de la Cooperativa. La muestra se realizó con la participación total de los 30 representantes de la empresa, mientras que a la cantidad de los 80 usuarios, se les aplicó una fórmula que arrojó un resultado de 15 personas a encuestar. Los resultados indicaron que el 50% de los directivos y colaboradores sufren de estrés por la presión y complejidad de las tareas. Se concluye que el factor de mayor incidencia en el diagnóstico del clima organizacional es la poca actitud y atención que brinda el personal a los socios y/o clientes cuando realizan una consulta o reclamo y el escaso trabajo en equipo que existe entre Jefes y compañeros.

Palabras clave: Clima organizacional; satisfacción de los clientes; calidad de servicio; desempeño laboral; motivación

Abstract

The organizational climate is one of the most important factors for the integral development of a company due to its close relationship with the well-being of its collaborators, which has an impact on the quality of service offered to users. The objective of this research is to determine the impact of the organizational climate on the level of satisfaction of the clients of the Savings and Credit Cooperative “Negocios Andinos” Ltda. This study was carried out through a descriptive type of research with a quantitative approach, the methods used were inductive-deductive and analysis and synthesis. The survey technique was used and a questionnaire was applied as an instrument. The population was represented by 30 managers, collaborators and 80 Members and/or Clients of the Cooperative. The sample was made with the total participation of the 30 representatives of the company, while a formula was applied to the number of 80 users, resulting in 15 people to be surveyed. The results indicated that 50% of the managers and collaborators suffer from stress due to the pressure and complexity of the tasks. It is concluded that the most important factor in the diagnosis of the organizational climate is the poor attitude and attention given by the staff to members and/or clients when they make a consultation or complaint, and the lack of teamwork between managers and colleagues.

Keywords: Organizational climate; customer satisfaction; service quality; work performance; motivation

Introducción

En la actualidad, la sociedad y la economía se encuentran en evolución constante, esto obliga a las empresas como son las del sistema del sector financiero, estar a la par de nuevas tendencias y servicios que requieren los clientes, de este modo, la comunicación interna, la colaboración entre empleados y la percepción del liderazgo son factores críticos que contribuyen al ambiente de trabajo y, por ende, al trato dispensado a los socios (Cansing, 2023).

Dentro de este contexto, la importancia del conocimiento del clima organizacional se basa en la influencia que este ejerce sobre el comportamiento de los trabajadores, siendo fundamental su diagnóstico para el diseño de instrumentos de gestión empresarial, es evidente que la existencia de un adecuado u óptimo clima organizacional repercutirá positivamente en el desempeño del trabajador y de la empresa en general (Charry, 2018).

El impacto directo del clima organizacional en la satisfacción de los clientes se manifiesta en la calidad de los servicios ofrecidos, la eficiencia en los procesos internos y la capacidad de adaptación a las demandas del mercado. En este contexto, el enfoque se instituye como un nexo pertinente y necesario, considerando la dinámica actual del sector financiero, donde la calidad de la experiencia del cliente se ha convertido en un factor determinante para la competitividad y sostenibilidad de las instituciones (Chiang et al., 2021).

En este sentido se comprende que, hoy en día las Cooperativas de Ahorro y Crédito sean consideradas como un elemento financiero óptimo para la bancarización, además la proliferación de estas entidades genera mayores expectativas de inclusión financiera, es por ello, que estas cooperativas deben adaptarse y adecuarse a los nuevos requerimientos del mercado globalizado, mediante la retención del mejor talento humano, cuidándolo y desarrollándolo profesionalmente, con el propósito de alcanzar y consolidar beneficios mutuos (Ortega, 2018).

En Europa, se analizó el clima organizacional y su relación con la atención al cliente en las cooperativas de ahorros y créditos de cinco países (España, Italia, Inglaterra y Croacia), donde se ahondó en dos componentes que tenían un déficit elevado según los resultados que arrojó la consulta realizada a los trabajadores y clientes: bienestar humano y la calidad en el servicio (Calderón, 2019).

En América Latina, solo el 32.9% de los empleados se sienten satisfechos con el clima laboral (Ramírez y Tanchiva, 2023). En el sector financiero, las instituciones enfrentan desafíos significativos, incluyendo alta rotación de personal y quejas de clientes, atribuidos en parte a un clima laboral desfavorable (Barreto et al., 2021).

En relación a Ecuador todavía existe poca importancia por parte de las organizaciones al análisis de este fenómeno a pesar que la legislación ecuatoriana respalda el permanente bienestar del recurso humano, según el Artículo 326, literal 5 de la Ley Orgánica para la Justicia Laboral y Reconocimiento del Trabajo en el Hogar, (Registro Oficial 483, 2015) expresa que “Toda persona tendrá derecho a desarrollar sus labores en un ambiente adecuado y propicio, que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar” (p.2).

Es decir, en este ámbito las Cooperativas de Ahorros y Créditos, han evolucionado favorablemente en los años, sin embargo, han requerido de la innovación en sus productos y servicios, de tal manera, como para otras entidades financieras que enfrenten desafíos similares en el clima organizacional y la satisfacción del cliente; es importante identificar áreas de mejora y desarrollar estrategias efectivas para mejorar la satisfacción del cliente (River et al., 2018).

Por otro lado, en Loja, mediante un estudio se analizó el clima laboral y la calidad de servicios de las Cooperativas de Ahorros y Créditos, mediante un cuestionario de clima laboral y encuesta de servicio al cliente. Los resultados del primer instrumento indicaron que el clima laboral de menor satisfacción por parte de los empleados son la retribución y estabilidad, mientras que las de mayor complacencia son las relaciones interpersonales y valores colectivos. Por el lado de los clientes, estos determinaron un alto grado de satisfacción con respecto a los servicios que brinda la Cooperativa, pero sugieren mejorar en algunos factores como la infraestructura e instalaciones de la empresa (Salazar et al., 2019).

En las Cooperativas de Ahorro y Crédito del cantón Rumiñahui, sus propietarios no conocen el nivel de satisfacción del cliente, ya que dejan a un lado la opinión del ahorrista sobre su servicio pues se carece de un marco de referencia con el que se facilite la administración de estos negocios; estas situaciones conllevan a que dichas instituciones tengan pérdidas económicas, despidos de trabajadores por falta de movimiento; aumentando la tasa de desempleo en el país y en el peor de los casos cierre definitivo de estas organizaciones (Ortiz, 2019).

También, un estudio realizado en la Pontificia Universidad Católica, determinó la influencia del clima en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chone Ltda., obteniendo como resultados que el clima organizacional es del tipo autoritarismo paternalista, según las dimensiones evaluadas a través de una escala Likert (Liderazgo, Motivación, Reciprocidad y Participación), esto afecta de forma negativa a la productividad de los empleados debido a la escasa comunicación y motivación que reciben en la empresa (Segredo, 2019).

En la Cooperativa de Ahorro y Crédito Negocios Andinos Ltda., lugar del presente estudio, se pudo evidenciar que tiene un problema muy marcado en la vida institucional de la empresa, el cual es, que sus clientes se encuentran insatisfechos con el servicio prestado, lo que es

causado principalmente por la deficiente calidad de servicio que ofrece y también por el trato que reciben los clientes; estas situaciones tienen como consecuencia que las utilidades disminuyan gradualmente y que pierdan a sus potenciales clientes.

En consecuencia, al estudio realizado se planteó como problema científico: ¿De qué manera impacta el clima organizacional en el nivel de satisfacción de los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Negocios Andinos Ltda.?

Desde esta perspectiva, y en correspondencia con dicho problema, se planteó como objetivo general determinar el impacto del clima organizacional en el nivel de satisfacción de los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Negocios Andinos Ltda.

Clima organizacional

El clima organizacional es un enfoque que habita en el hecho del comportamiento de los trabajadores que son percepciones que dependen de una buena medida de actividades, interacciones y otras experiencias que cada miembro tiene dentro de la organización que refleja una interacción entre características personales y organizacionales ya que un buen clima laboral induce a los trabajadores que tengan una satisfacción dentro de las organizaciones (Olivera et al., 2021).

Por tanto, el clima organizacional es indispensable en las instituciones públicas, por la percepción que tienen los trabajadores sobre su puesto de trabajo, es decir, de este depende el rendimiento de los trabajadores en cuanto al cumplimiento de sus funciones, en efecto, estos darán mejores resultados en un ambiente sano y colaborativo donde los directivos, supervisores y subordinados trabajen por un propósito (Gallardo, 2022).

Componente del clima organizacional

Según Cortés, (2019) “Existen múltiples variables del clima organizacional que predominan con base a la vinculación del perfil del colaborador, señalando seis componentes que son claridad, estándares, responsabilidad, flexibilidad, reconocimiento, espíritu de equipo” (p.10).

Asimismo, dentro del clima organizacional debe de existir un manejo adecuado de la planificación estratégica; con el fin de disminuir las debilidades y ampliar las oportunidades que se tiene con el mercado, para la puesta en marcha de los servicios vinculados a las pymes, siendo necesario la claridad debido a que con la afinidad de los recursos con que cuenta la organización se puede acaparar la atención de los clientes y mejorar la rentabilidad (Cortés, 2019).

Beneficios del clima organizacional



El clima organizacional está considerando como factores claves la capacitación de los colaboradores, el aprendizaje y la experticia que demuestran en la negociación el alcance de las metas planificadas, además de la necesidad de temas importantes como el aprovechamiento del tiempo y el trabajo en equipo que tienen relación directa con la adecuada participación del personal dentro de la entidad (Calonge et al., 2024).

Los responsables de realizar las acciones innovadoras para garantizar las ventas y mejoras en la imagen institucional dependen de la capacitación de los colaboradores, por lo tanto, P Doria-Velarde et al., (2023) señalan que “los factores claves están involucrados directamente con el aprendizaje y la experticia que demuestre en la negociación y en el alcance de las metas planificadas con un adecuado manejo del equipo de trabajo” (p.12).

Dentro de la importancia de un buen clima organizacional también se encuentran las ventajas o beneficios que la corporación recibirá a cambio, entre ellas, las principales son las siguientes: proporciona un ambiente cómodo, incrementa el interés por el trabajo, satisface el ambiente laboral, aumenta los recursos humanos, evita malos entendidos y la mejora la productividad. Sin embargo, para llegar a ella se deben pasar por ciertos factores. Entre ellos la implementación de estrategias organizadas, la adopción de herramientas y la involucración de los colaboradores (Fajardo et al., 2020).

Tipos de clima organizacional

Según Iglesias y Torres, (2018) los climas organizacionales en las empresas no solo se rigen por cierto tipo de clima, muchas tienden a combinar estilos de trabajo, sin embargo, se terminan inclinando más por el que mejor se adapte a sus principios empresariales:

En el clima de tipo autoritario explotador: Los jefes no tienen confianza en sus colaboradores, por lo cual los trabajadores tienen que trabajar 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 (Montiel y Suárez, 2024).

Por otra parte, en el clima de tipo autoritario paternalista: Los jefes tienen 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 (Tomás y Mamani, 2021).

Asimismo, en el clima de tipo participativo consultivo: Los jefes tienen confianza en sus trabajadores, la política y las decisiones se toman en los puestos superiores, pero sí se permite a los puestos inferiores tomar decisiones, la comunicación es de tipo descendente. Este tipo de clima tiene un ambiente bastante dinámico, en el que la administración se da bajo la forma de objetivos por alcanzar (Montoya et al., 2017).

Por último, en el Clima de tipo participativo 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 (Márquez y Cardoso, 2022).

Principales modelos utilizados en la medición del clima organizacional

Para Barría et al., (2021) el clima organizacional se puede medir utilizando modelos para la creación o aplicación de instrumentos a los trabajadores, estos modelos pueden ser:

Modelo de Litwin y Stringer: Se utiliza para entender cómo el ambiente de una organización puede afectar la satisfacción y el rendimiento de los empleados. Según esta teoría, un clima organizacional positivo puede mejorar la satisfacción y el rendimiento de los empleados. Este modelo se basa en nueve dimensiones que explican el clima de una organización, entre las que se encuentran: estructura, responsabilidad, recompensa, desafío, relaciones, cooperación, estándares, conflictos, identidad (Soria et al., 2019).

Modelo de Likert: Es una teoría que establece que el comportamiento de los empleados depende de su percepción de las condiciones organizacionales y del comportamiento administrativo. Likert identificó cuatro tipos de cultura organizacional, o perfiles, que se basan en cuatro variables: sistema de recompensas, relaciones interpersonales, sistema de comunicaciones, proceso de decisión (Matas, 2018).

Satisfacción de los clientes

Para Silva et al., (2021) la satisfacción del cliente “mide cómo los consumidores responden al servicio o producto de una marca en particular, las calificaciones son una referencia para mejorar el servicio que reciben y una referencia para aprender más sobre lo que necesitan” (p.3).

Cabe señalar que la satisfacción del cliente es muy importante en el ámbito empresarial y que en la medida que los clientes que consumen o adquieren productos, servicios o bienes están satisfechos, se convierten en un actor preferente de la empresa y es probable que vuelvan a utilizar sus servicios o productos, y también ayudar a promocionar dichos

servicios entre sus amigos y conocidos, lo que supondrá un incremento de las ventas de la empresa (Valenzuela et al., 2019).

Importancia de la satisfacción del cliente

El elemento más importante para el éxito en la gestión de la calidad y en el mundo empresarial, es la satisfacción del cliente, un cliente plenamente satisfecho será un activo para la compañía debido a que probablemente volverá a comprar el producto o servicio más de una vez o dará una buena opinión de la organización, lo que conlleva a un incremento de los ingresos para la empresa, además, un alto nivel de satisfacción o deleite creará un vínculo emocional con la marca o la compañía, y no solo una preferencia racional (Rodríguez et al., 2023).

Por el contrario, un cliente insatisfecho comenta a un número mayor de personas su insatisfacción, se quejará de la compañía y si, su insatisfacción alcanza un determinado grado, optará por cambiar de empresa para comprar dicho producto o servicio, o incluso, abandonará el mercado (Malpartida et al., 2022).

Elementos de la satisfacción del cliente

Según Silva et al., (2021) al analizar la satisfacción del cliente se puede identificar que está conformado por tres elementos:

El Rendimiento percibido: Se refiere al desempeño que el cliente considera haber recibido después de adquirir el servicio o producto, es decir, es el resultado que percibe en cuanto a la entrega de valor que realiza la empresa, el rendimiento es determinado por el punto de vista del cliente, que estará basado en las percepciones de éste, pero no necesariamente en la realidad (Cisneros, 2018).

Expectativas del cliente: Es importante que las organizaciones tengan cuidado al establecer el nivel correcto de las expectativas, ya que, a partir de éstas, los clientes comprarán el servicio percibido con el servicio esperado, si el servicio percibido es menor al servicio esperado, los clientes se decepcionarán luego de haber realizado la compra. Además, una disminución en los índices de satisfacción del cliente no siempre se relaciona a una menor calidad de los productos, sino al aumento en las expectativas de éste, a raíz de la publicidad de la empresa (Márquez et al., 2023).

El Nivel de satisfacción: Son el grado en que el desempeño percibido satisface las expectativas del consumidor después de la compra de un bien o servicio, los niveles de satisfacción del cliente más elevados producen compradores más leales lo que, a su vez, resulta en un mejor desempeño de la compañía. Los niveles de satisfacción se clasifican en la insatisfacción, la cual se produce cuando el desempeño percibido del producto y/o servicio

no alcanza las expectativas del cliente; la satisfacción ocurre cuando el rendimiento percibido por el cliente coincide con sus expectativas y la complacencia se produce cuando el desempeño percibido excede las expectativas del cliente (Febres y Mercado, 2020).

Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

Cuando una empresa logra la satisfacción del cliente obtiene diversos beneficios que pueden ser: vuelve a comprar, por ende, la empresa obtiene la lealtad de los clientes y por ello, existe la posibilidad de ofrecerle el mismo u otro producto adicional en un futuro; comunica a su círculo social sus experiencias positivas con el producto o servicio, la empresa obtiene embajadores de su marca y difusión gratuita a sus familiares y amistades y el cliente satisfecho elimina de su mente a la competencia, por ello, la empresa gana una mayor participación de mercado (Ramírez et al., 2020).

Expectativas y percepciones del cliente

Las expectativas de las personas sobre los servicios están influenciadas por varios aspectos: sus experiencias previas como clientes, comentarios de otros clientes, necesidades personales, sector que presta el servicio, son los estándares o puntos de referencia del desempeño contra los cuales se comparan las experiencias del servicio, y a menudo se formulan en términos de lo que el cliente cree que debería suceder o que va a suceder (Bustamante et al., 2020).

Las personas actúan y reaccionan de acuerdo con sus percepciones y no son los sucesos reales, sino lo que los consumidores piensan respecto a ello, lo que afecta sus acciones y sus hábitos de compra, es por ello que desde el punto de vista mercadológico es importante comprender lo que implica la percepción, para de esta manera poder detectar con mayor facilidad, cuáles son los factores que inducen al consumidor a comprar (Ganga et al., 2019).

Capacitación para la satisfacción del cliente

La capacitación en el servicio al cliente consiste en el aprendizaje de procedimientos internos, formas, sistemas entre otros, entre los elementos de satisfacción al cliente están: La Herramienta, es necesario que los empleados de contacto con el cliente aprendan todos los procedimientos internos disponibles para procesar los pedidos de clientes. Las Técnicas, se refieren a los métodos que se han sugerido para servir de manera afectiva a los clientes cuando se interactúan directamente con ellos por correo, por teléfono o personalmente. Experimentos y triunfos, describen los contactos altamente afectivos con el cliente, aquí se puede utilizar a algunos de los empleados con experiencia (Perdigón et al., 2022)

Estrategias para lograr la satisfacción del cliente



Para lograr la satisfacción del cliente, puedes implementar diversas estrategias, como: Ofrecer un producto de calidad, que cuente con insumos de primera, con un diseño atractivo, que sea durable en el tiempo, que satisfaga necesidades, gustos y preferencias; cumplir con lo ofrecido, procurar que el producto cuente con las características mencionadas en la publicidad, hacer efectivas las promociones de ventas, respetar las condiciones pactadas, cumplir con los plazos de entrega; brindar un buen servicio al cliente, es decir un trato amable, un ambiente agradable, y de comodidad, un trato personalizado, una rápida atención; ofrecer una atención personalizada; ofrecer promociones exclusivas, brindar un producto que satisfaga necesidades particulares, procurar que un mismo trabajador atienda todas las consultas de un mismo cliente; ofrecer una rápida atención, ofrecer una rápida atención al atender un pedido, al entregar un producto, al brindar un servicio, al atender y resolver los problemas, quejas y reclamos del cliente (Rodríguez et al., 2023).

Material y métodos

A fin de efectuar un diagnóstico para determinar el impacto del clima organizacional en el nivel de satisfacción de los clientes; se realizó una revisión de la literatura sobre las temáticas objetos de investigación.

El presente estudio partió de un enfoque cuantitativo ya que se aplicó datos numéricos, cuyos resultados fueron tabulados estadísticamente para medir el nivel de satisfacción de los clientes acerca del servicio brindado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Negocios Andinos” Ltda., permitiendo de esta manera evidenciar el cumplimiento de las tareas planificadas en el análisis de resultados. El tipo de investigación fue descriptiva porque se consideró los aspectos fenoménicos de la calidad de servicio que reciben los clientes de esta cooperativa.

Los métodos empleados fueron: el inductivo-deductivo, porque parte de la base de datos obtenidos de los clientes y de los trabajadores de la cooperativa, como fuentes primarias se contrastó con la información obtenida de fuente secundaria o bibliográfica, posteriormente se utilizó el método analítico, ya que en base a los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos a los clientes se puso en manifiesto y se conjugó toda la información teórica-científica sobre las variables de estudio mediante fuentes bibliográficas donde se pudo enfatizar la importancia del clima organizacional.

La técnica que se utilizó fue la encuesta con la cual se aplicó como instrumento dos cuestionarios estructurados mediante la escala Likert: el primero para diagnosticar los procesos del clima organizacional de los directivos y colaboradores, las dimensiones que lo integran son (Cohesión, confianza, presión, apoyo, reconocimiento, equidad e innovación), el segundo para identificar el nivel de satisfacción de los Socios y/o Clientes de la Cooperativa, las dimensiones que lo integran son (Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad

de respuesta, seguridad y empatía). El cuestionario fue validado por 3 docentes de la escuela de Administración de la Universidad Señor de Sipán, la información se ha dado de manera estadística por medio del software, SPSS 22 para Windows en español y Microsoft Excel 2014.

La población estuvo representada por 30 participantes, compuestos por directivos y colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Negocios Andinos” Ltda., y 80 Socios y/o Clientes de la Cooperativa. La muestra se realizó con los 30 participantes, compuestos por directivos y colaboradores, la misma que por ser una población finita se aplicó en un 100%, sin embargo, a los socios y clientes del total de 80 se empleó la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{e^2 N + Z^2 PQ}$$

Arrojando un resultado de 15 personas a encuestar. Para el tratamiento de la información se utilizó el programa matemático mediante la plantilla Excel donde se pudo llevar los datos en números y porcentajes mediante tablas y gráficos para su posterior análisis e interpretación.

Resultados

Se obtuvo un diagnóstico de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Negocios Andinos” Ltda., con respecto a los procesos del clima organizacional y desempeño laboral de los directivos y colaboradores.

Tabla 1.

Clima organizacional y desempeño laboral.

PROCESO DEL CLIMA ORGANIZACIONAL Y DESEMPEÑO LABORAL	Escala									
	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
COHESIÓN										
Tiene buenas relaciones laborales dentro de la cooperativa	0	0	0	0	8	26.67	6	20	16	53.33
Promueve un ambiente amigable dentro de la cooperativa	0	0	0	0	0	0	14	46.67	16	53.33
Las personas que trabajan en la cooperativa se ayudan entre sí.	5	16.67	12	40	10	33.33	3	10	0	0
Existe espíritu de trabajo en equipo entre las personas que trabajan en la cooperativa.	5	16.67	20	66.67	5	16.67	0	0	0	0
CONFIANZA										

Tiene libertad para comunicarse abiertamente con los superiores, para tratar temas sensibles o personales.	10	33.33	20	66.67	0	0	0	0	0	0
Las autoridades de la cooperativa tienen plena confianza en sus empleados.	8	26.67	9	30	5	16.67	8	26.67	0	0
Existe buena relación entre los superiores y empleados.	7	23.33	8	26.67	15	50	0	0	0	0
PRESIÓN										
Tiene muchas actividades por realizar y poco tiempo para desarrollarlas durante el horario de trabajo	16	53.33	8	26.67	6	20	0	0	0	0
Lo trabajadores de la cooperativa sufren de un alto estrés, debido a la exigencia del trabajo	0	0	0	0	5	16.67	10	33.33	15	50
Se siente estresado y ansioso con las responsabilidades que tiene a su cargo	0	0	0	0	12	40	9	30	9	30
La cooperativa es un lugar relajado para trabajar	0	0	5	16.67	12	40	5	16.67	8	26.67
APOYO										
Su jefe lo motiva a que se supere cada día más	0	0	0	0	0	0	20	66.67	10	33.33
En la cooperativa los jefes cuidan a su personal	5	16.67	9	30	10	33.33	6	20	0	0
Su jefe lo respalda y deja que aprenda de sus errores	5	16.67	18	60	7	23.33	0	0	0	0
Su jefe lo trata con respeto	0	0	0	0	0	0	10	33.33	20	66.67
RECONOCIMIENTO										
Se estimula la capacitación de los trabajadores	0	0	10	33.33	20	66.67	0	0	0	0
Su jefe reconoce cuando hace un buen trabajo	0	0	7	23.33	18	60	5	16.67	0	0
Hay trabajadores que no reciben atención, ni reconocimiento	0	0	18	60	12	40	0	0	0	0
Se ofrecen posibilidades para el desarrollo personal de los trabajadores	20	66.67	10	33.33	0	0	0	0	0	0
EQUIDAD										
Recibe un trato justo por parte de su jefe.	0	0	0	0	20	66.67	10	33.33	0	0
Los objetivos que fija su jefe para su trabajo son razonables.	0	0	0	0	10	33.33	20	66.67	0	0
Los jefes tratan igual a todos los que trabajan en la cooperativa	0	0	5	16.67	20	66.67	5	16.67	0	0
Cuando existen despidos, estos tienen una base lógica y razonable.	0	0	16	53.33	13	43.33	1	3.33	0	0
INNOVACIÓN										
Su jefe valora nuevas formas de hacer	0	0	0	0	0	0	19	63.33	11	36.67

las cosas en la cooperativa										
En la empresa todos están abiertos al cambio	0	0	0	0	0	0	10	33.33	20	66.67
En la cooperativa continuamente se adoptan nuevos y mejores métodos para hacer el trabajo	0	0	0	0	20	66.67	10	33.33	0	0

Fuente: Directivos y colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Negocios Andinos” Ltda.

De los 30 directivos y colaboradores que fueron encuestados, se pudo determinar que de acuerdo al aspecto Cohesión, que corresponde al primer ítem de la encuesta: Tiene buenas relaciones laborales dentro de la Cooperativa, el 53.33% de los directivos y colaboradores mencionaron que siempre tienen una buena relación entre ellos; en lo que respecta al segundo ítem: Promueve un ambiente amigable dentro de la cooperativa, el 53.33% de los directivos y colaboradores impulsan un ambiente agradable entre ellos; conforme al tercer ítem: Las personas que trabajan en la cooperativa se ayudan entre sí, el 40% de los directivos y colaboradores indicaron que casi nunca lo hacen; en lo referente al cuarto ítem: Existe espíritu de trabajo en equipo entre las personas que trabajan en la cooperativa, el 66.67% de los directivos y colaboradores señalaron que casi nunca existe predisposición para el trabajo colaborativo.

Por otra parte, de acuerdo al aspecto Confianza, que corresponde al primer ítem: Tiene libertad para comunicarse abiertamente con los superiores, para tratar temas sensibles o personales, el 66.67% de los directivos y colaboradores mencionaron que casi nunca tienen la autodeterminación para manifestarse libremente con sus superiores; en lo que infiere al segundo ítem: Las autoridades de la Cooperativa tienen plena confianza en sus empleados, el 30% de los directivos y colaboradores indicaron que casi nunca actúan de manera imprudente en sus labores; en lo que refiere al tercer ítem: Existe buena relación entre los superiores y empleados, el 50% de los directivos y colaboradores señalaron que a veces tienen buena camaradería con las autoridades.

En lo que respecta al aspecto Presión, que comprende al primer ítem: Tiene muchas actividades por realizar y poco tiempo para desarrollarlas durante el horario de trabajo, el 53.33% de los directivos y colaboradores indicaron que la cantidad de tareas está acorde al horario laborable de la cooperativa; en lo que concierne al segundo ítem: Los trabajadores de la cooperativa sufren de un alto estrés, debido a la exigencia del trabajo, el 50% de los directivos y colaboradores señalaron que sufren de estrés por la presión y complejidad de las tareas; en lo que refiere al tercer ítem: Se siente estresado y ansioso con las responsabilidades que tiene a su cargo, el 40% de los directivos y colaboradores mencionaron que a veces sufren de estrés por la responsabilidad del cargo que tiene; en lo que concierne

al cuarto ítems: La cooperativa es un lugar relajado para trabajar, el 40% de los directivos y colaboradores puntualizaron que a veces el ambiente es distendido para laborar.

En cuanto al aspecto Apoyo, perteneciente al primer ítem: Su jefe lo motiva a que se supere cada día más, el 66.67% de los directivos y colaboradores indicaron que casi siempre sus superiores lo incentivan, en lo que concierne al segundo ítem: En la cooperativa los jefes cuidan a su personal, el 33.33% de los directivos y colaboradores señalaron que a veces sus superiores los cuidan; en lo que refiere al tercer ítem: Su jefe lo respalda y deja que aprenda de sus errores, el 60% de los directivos y colaboradores mencionaron que casi nunca sus superiores permiten que cometan errores en su trabajo; en lo concerniente al cuarto ítem: Su jefe lo trata con respeto, el 66.67% de los directivos y colaboradores afirmaron que siempre sus superiores se comportan con ellos a la altura de su cargo.

Con relación al aspecto Reconocimiento, referente al primer ítem: Se estimula la capacitación de los trabajadores, el 66.67% de los directivos y colaboradores mencionaron que a veces la cooperativa capacita a sus trabajadores; en lo que respecta al segundo ítem: Su jefe reconoce cuando hace un buen trabajo, el 60% de los directivos y colaboradores indicaron que a veces sus superiores los felicitan por la calidad de trabajo realizado; de acuerdo al tercer ítem: Hay trabajadores que no reciben atención, ni reconocimiento, el 60% de los directivos y colaboradores señalaron que casi nunca obtienen una gratificación; en lo referente al cuarto ítem: Se ofrecen posibilidades para el desarrollo personal de los trabajadores, el 66.67% de los directivos y colaboradores expresaron que nunca brindan oportunidades de mejora salarial.

En lo que corresponde al aspecto Equidad, concerniente al primer ítem: Recibe un trato justo por parte de su jefe, el 66.67% de los directivos y colaboradores mencionaron que a veces son tratados justamente por parte de sus superiores; en lo que infiere al segundo ítem: Los objetivos que fija su jefe para su trabajo son razonables, el 66.67% de los directivos y colaboradores indicaron que casi siempre las metas que plantea sus superiores para el desarrollo del trabajo son justas; en lo que refiere al tercer ítem: Los jefes tratan igual a todos los que trabajan en la cooperativa, el 66.67% de los directivos y colaboradores expresaron que a veces existe equidad en el trato por parte de sus superiores; en lo que respecta al cuarto ítem: Cuando existen despidos, estos tienen una base lógica y razonable, el 53.33% de los directivos y colaboradores señalaron que casi nunca los despidos son justificados por parte de la empresa.

Por último, con respecto al aspecto Innovación, perteneciente al primer ítem: Su jefe valora nuevas formas de hacer las cosas en la cooperativa, el 63.33% de los directivos y colaboradores mencionaron que casi siempre sus superiores reconocen la aplicación de nuevos métodos para agilizar el trabajo en la cooperativa, en lo que concierne al segundo ítem: En la empresa todos están abiertos al cambio, el 66.67% de los directivos y

colaboradores indicaron que siempre existe un espíritu innovador para mejorar el trabajo; en lo que refiere al tercer ítem: En la cooperativa continuamente se adoptan nuevos y mejores métodos para hacer el trabajo, el 66.67% de los directivos y colaboradores señalaron que a veces se aplican estrategias innovadoras para mejorar la calidad de las actividades.

También se obtuvieron los resultados en relación a la satisfacción de los de los socios y clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Negocios Andinos” Ltda.

Tabla 2.

Satisfacción de los socios y clientes

SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES	Escala									
	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		No estoy seguro		De acuerdo		Muy de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
ELEMENTOS TANGIBLES										
La cooperativa cuenta con equipos modernos	0	0	0	0	8	53.33	7	46.67	0	0
Las instalaciones físicas son visualmente nuevas y disponen de señalética	0	0	0	0	5	33.33	9	60	1	6.67
El ambiente es amplio y correctamente dividido	0	0	0	0	0	0	5	33.33	10	66.67
FIABILIDAD										
La cooperativa concluye los trámites en el tiempo prometido	0	0	0	0	7	46.67	6	40	2	13.33
Cuándo un cliente tiene un problema el personal de la cooperativa muestra un sincero interés por solucionarlo	0	0	6	40	4	26.67	5	33.33	0	0
El personal de la cooperativa realiza bien su trabajo	0	0	0	0	6	40	9	60	0	0
La cooperativa dispone de registros exentos de errores	0	0	0	0	0	0	5	33.33	10	66.67
CAPACIDAD DE RESPUESTA										
El personal se comunica con el cliente durante el servicio	0	0	2	13.33	5	33.33	8	53.33	0	0
Los empleados de la cooperativa ofrecen un servicio rápido a sus clientes	0	0	0	0	7	46.67	8	53.33	0	0
Los empleados de la cooperativa siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes	0	0	8	53.33	7	46.67	0	0	0	0
Los empleados de la cooperativa	0	0	8	53.33	7	46.67	0	0	0	0

nunca están ocupados para responder a las preguntas de sus clientes										
SEGURIDAD										
El comportamiento de los empleados de la cooperativa transmiten confianza a sus clientes	0	0	0	0	5	33.33	10	66.67	0	0
Se siente seguro en sus transacciones con la cooperativa	0	0	0	0	0	0	0	0	15	100
En la cooperativa los empleados son siempre amables con los clientes	0	0	7	46.67	8	53.33	0	0	0	0
EMPATÍA										
La cooperativa ofrece a sus clientes atención individualizada	0	0	0	0	0	0	0	0	15	100
La cooperativa tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes	0	0	0	0	0	0	0	0	15	100
La cooperativa se preocupa por los mejores intereses de sus clientes	0	0	5	33.33	10	66.67	0	0	0	0
Los empleados de la cooperativa comprenden las necesidades específicas de sus clientes	0	0	5	33.33	10	66.67	0	0	0	0

Fuente: Socios y clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Negocios Andinos" Ltda.

De los 15 socios y clientes que fueron encuestados, se pudo determinar que de acuerdo al aspecto Tangibilidad, que corresponde al primer ítem de la encuesta: La cooperativa cuenta con equipos modernos, el 53.33% de los socios y clientes mencionaron que no están seguros si la cooperativa equipos tecnológicos de alta gama; en lo que respecta al segundo ítem: Las instalaciones físicas son visualmente nuevas y disponen de señalética, el 60% de los socios y clientes están de acuerdo que la infraestructura interna como externa son modernas; conforme al tercer ítem: El ambiente es amplio y correctamente dividido, el 66.67% de los socios y clientes están muy de acuerdo que el interior de la cooperativa es funcional y acogedor.

Por otra parte, de acuerdo al aspecto Capacidad de respuesta, que corresponde al primer ítem: El personal se comunica con el cliente durante el servicio, el 53.33% de los socios y clientes están de acuerdo que existe una comunicación constante con el personal que labora en la cooperativa; en lo que infiere al segundo ítem: Los empleados de la cooperativa ofrecen un servicio rápido a sus clientes, el 53.33% de los socios y clientes están de acuerdo en que la empresa brinda un servicio ágil a los usuarios; en lo que refiere al tercer ítem: Los empleados de la cooperativa siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes, el 53.33% de los socios y clientes están en desacuerdo en que el personal que labora en la cooperativa estén deseosos de brindar su ayuda a los usuarios; en lo concerniente al cuarto ítem: Los empleados de la cooperativa nunca están ocupados para responder a las preguntas de sus clientes, el 53.33%

de los socios y clientes consideran que el personal que labora en la cooperativa siempre están ocupados para brindar información a sus clientes.

En lo que respecta al aspecto Seguridad, que comprende al primer ítem: El comportamiento de los empleados de la cooperativa transmiten confianza a sus clientes, el 66.67% de los socios y clientes están de acuerdo que los trabajadores de la empresa transmiten seguridad en el desarrollo de sus funciones; en lo que concierne al segundo ítem: Se siente seguro en sus transacciones con la cooperativa, el 100% de los socios y clientes están muy de acuerdo con la transparencia y protección durante las transacciones; en lo que refiere al tercer ítems: En la cooperativa los empleados son siempre amables con los clientes, el 53.33% de los socios y clientes mencionaron que no están seguros que el personal de la empresa se muestre con una actitud cordial con los usuarios.

Por último, con respecto al aspecto Empatía, perteneciente al primer ítem: La cooperativa ofrece a sus clientes atención individualizada, el 100% de los socios y clientes mencionaron que la atención recibida por la empresa es personalizada; en lo que concierne al segundo ítem: La cooperativa tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes, el 100% de los socios y clientes indicaron que los horarios de atención están acorde a las necesidades de los usuarios; en lo que refiere al tercer ítem: La cooperativa se preocupa por los mejores intereses de sus clientes, el 66.67% de los socios y clientes señalaron que no están seguros que la empresa se preocupe por el bienestar económico de sus usuarios; en lo que respecta al cuarto ítem: Los empleados de la cooperativa comprenden las necesidades específicas de sus clientes, el 66.67% de los socios y clientes señalaron que no están seguros que el personal que labora en la empresa entiendan los requerimientos de sus usuarios.

Igualmente se obtuvo un análisis en base a la relación existente entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Negocios “Andinos Ltda.”

Tabla3.

Correlación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente

	Satisfacción de los clientes	
Clima organizacional	Relación de Pearson	.037
	Sig. (bilateral)	.876
	N	20

Fuente: La investigadora

De acuerdo a la formulación el problema: existe correlación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Negocios Andinos Ltda. De tal manera que al aumentar el nivel de clima organizacional aumentarán los niveles de satisfacción de los clientes. Los resultados muestran evidencia de relación significativa ($|r| < 0.3$ y $\text{Sig} > 0.05$); por lo que se da respuesta al objetivo general.

Discusión

De acuerdo al aspecto Cohesión, que corresponde al trabajo en equipo entre las personas que trabajan en la cooperativa, el 66.67% de los directivos y colaboradores señalaron que casi nunca existe predisposición para el trabajo colaborativo; estos datos se relacionan al estudio realizado por (Castillo et al., 2020) quienes manifestaron que existe una serie de comportamientos negativos que inciden en el buen desempeño del grupo de trabajo; como la presencia de actitudes oportunistas, holgazanes y el pensamiento grupal que sí fueron advertidos por los docentes; no fueron superados.

En lo que corresponde al aspecto Confianza, de acuerdo a la relación entre los jefes y empleados, la investigación elaborada por (Rosa y Carmona, 2020) indica que la buena relación entre jefe y colaborador va a favorecer la imagen que el empleado tiene de la organización en cuanto a la valoración y trato que da a su capital humano, al mismo tiempo, dicha relación de calidad propicia una mejor percepción del empleado del clima de comunicación existente en la empresa, lo que incrementa también su sentimiento de querer seguir trabajando para la misma y su deseo de desarrollar un esfuerzo extra en el trabajo; estos resultados se relacionan con la actual investigación ya que el 50% de los directivos y colaboradores señalaron que a veces tienen buena camaradería con las autoridades

Asimismo, de acuerdo al aspecto Presión, en lo concerniente al alto nivel de estrés que sufren los trabajadores de las cooperativa, debido a la exigencia del trabajo, se menciona el estudio elaborado por (Cabay et al., 2022) quien manifiesta que el 76% de los trabajadores administrativos advierte la presencia de los síntomas fisiológicos de estrés en niveles medio, alto y muy alto. El cual puede producirse en cualquier área de trabajo y afectar a todos los trabajadores, independientemente del tamaño de la empresa, de su ámbito de actividad y del tipo de contrato o relación del trabajo. De esta forma se puede considerar un factor estresante un agente biológico, una condición medioambiental, un estímulo externo o un evento; por tanto estos datos se relacionan con los de la presente investigación ya que el 50% señalaron que sufren de estrés por la presión y complejidad de las tareas.

En lo que respecta al aspecto Apoyo, según la investigación realizada por (Leon et al., 2023) sobre la motivación y productividad laboral en colaboradores de una cooperativa de ahorro y crédito, los autores mencionan que en lo que respecta a la dimensión de la motivación trascendente, más del 50% de los colaboradores presentan un nivel bajo en este aspecto. Esto se debe a que los directivos y accionistas de las instituciones financieras a menudo subestiman la importancia de la motivación en el logro de objetivos de productividad. En lugar de depender exclusivamente de recompensas externas como las bonificaciones, se deberían implementar estrategias psicológicas, como el reconocimiento laboral y los elogios, para motivar al personal de ventas y lograr un desempeño óptimo; estos datos se diferencian

al presente estudio ya que el 66.67% de los directivos y colaboradores indicaron que casi siempre sus superiores lo incentivan.

En cuanto al aspecto Reconocimiento, según el estudio desarrollado por (Bohórquez et al., 2017) sobre el impacto de la capacitación del personal en la productividad empresarial, quienes manifiestan que la capacitación continua como estrategia para aumentar la productividad de los trabajadores, demostrando que es una de las mejores inversiones que puede hacer la empresa, ya que es de bajo costo y contribuye en gran medida a la disminución de los errores, lo que genera beneficios para los dueños de las empresas, garantizando la fuerza necesaria para desarrollar labores con un alto nivel de productividad en la organización; por tanto estas aseveraciones se contraponen al presente estudio, ya que el 66.67% de los directivos y colaboradores mencionaron que a veces la cooperativa capacita a sus trabajadores.

Igualmente, en lo que respecta al aspecto Equidad, sobre los despidos por necesidades de la empresa y respuesta del mercado asegurador, se menciona el estudio elaborado por (Zúñiga, 2019) quien manifiesta que los despidos por necesidades de la empresa se realizan no por la voluntad del trabajador, sino por causas económicas, técnicas, organizativas o de producción. La figura del despido intempestivo ha sido asociada al despido de trabajadores en razón de la crisis económica que atraviesa la empresa, puesto que en el ordenamiento legal no está comprendido el despido individual de un trabajador por esta causa; por tanto estos datos se relacionan con los de la presente investigación, ya que el 53.33% de los directivos y colaboradores señalaron que casi nunca los despidos son justificados por parte de la empresa.

Por último, con respecto al aspecto Innovación, se indica el estudio realizado por (Araya y Urrutia, 2022) quien manifiesta que la innovación figura como un mecanismo de bienestar tanto para la empresa como para los individuos que la ponen en funcionamiento y que consumen de ella los nuevos servicios que esta genera. Se resalta el papel que se le da a la innovación como resultado de un proceso de aprendizaje y cómo este proceso requiere de una institucionalización para favorecer la sostenibilidad de la actividad empresarial; por tanto estos datos se relacionan con la presente investigación, ya que el 66.67% de los directivos y colaboradores señalaron que a veces se aplican estrategias innovadoras para mejorar la calidad de las actividades.

De acuerdo al aspecto Elementos tangibles, que corresponde a la incorporación de la tecnología en las cooperativas, el 53.33% de los socios y clientes mencionaron que no están seguros si la cooperativa equipos tecnológicos de alta gama; estos datos se relacionan al estudio realizado por (Buenrostro y Hernández, 2019) quienes manifestaron que las diferencias en la incorporación de las TIC se deben fundamentalmente a los conocimientos y capacidades de los trabajadores y directivos de las Mipymes y al equipamiento

especializado, que se refleja en mayor flexibilidad para la incorporación de cambios en la organización.

En lo que corresponde al aspecto Capacidad de respuesta, de acuerdo al servicio que ofrecen los empleados de la cooperativa con sus clientes, la investigación elaborada por (Pacheco y Ramos, 2020) quienes indican que un 93,4% de los clientes externos de forma general tienen un adecuado nivel de satisfacción con los servicios, aunque en el área de Atención al Cliente es ligeramente inferior, debido a que los clientes son muy exigentes para este servicio. Se requiere proporcionar una mejora en las estrategias para captar a nuevos socios con productos y servicios con la finalidad de que se satisfagan cada una de las expectativas esperadas de la entidad; estos resultados se relacionan con la actual investigación ya que el 53.33% de los socios y clientes están de acuerdo en que la empresa brinda un servicio ágil a los usuarios.

Asimismo, de acuerdo al aspecto Seguridad, en lo concerniente al trato que reciben los usuarios por parte de los empleados de la cooperativa, se menciona el estudio elaborado por (Hernández et al., 2019) quienes manifiestan que los resultados reflejaron áreas críticas; en la atención al cliente señalando apatía, falta de cortesía, desconocimiento de las necesidades de los usuarios generando molestia e insatisfacción en los socios. En realidad el empleado es el eslabón fundamental para anclar el cliente en la preferencia de la empresa, para asistirlo en sus necesidades y para ser el decodificador de sus mensajes, de forma tal que se pueda satisfacer sus expectativas plenamente; por tanto estos datos se relacionan con los de la presente investigación ya que el 53.33% de los socios y clientes mencionaron que no están seguros que el personal de la empresa se muestre con una actitud cordial con los usuarios.

En lo que respecta al aspecto Empatía, según la investigación realizada por (Duque, 2024) sobre la atención individualizada que ofrece a sus clientes la cooperativa, los autores mencionan que la disposición de las empresas para ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada no es solamente ser cortés con el cliente, aunque la cortesía es parte importante de la empatía, como también es parte de la seguridad, requiere un fuerte compromiso e implicación con el cliente, conociendo a fondo sus características y sus requerimientos específicos; estos datos se diferencian al presente estudio ya que el 100% de los socios y clientes mencionaron que la atención recibida por la empresa es personalizada.

En esta investigación se encontró que existe relación entre el clima organizacional y la satisfacción de sus clientes en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Negocios Andinos Ltda. Estos resultados son contrarios a los reportados por Trujillo (2019) quien reporta la relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente externo de la Cooperativa 15 de Abril. También Pelaes (2010) encontró relación significativa entre clima organizacional y la satisfacción del cliente de una cooperativa en la ciudad de Cuenca, aun cuando reporta que la dimensión distribución de recursos no correlaciona con la satisfacción del cliente.

Conclusiones

Existe relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción de los socios y/o clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Negocios Andinos Ltda., en las dimensiones de confianza, apoyo, fiabilidad y empatía.

Al desarrollar la investigación se pudo comprobar que los factores que influyen en el clima organizacional son los métodos de mando, la comunicación, la fuerza motivacional, desarrollo integral que fue lo que se observó en la exploración de campo.

El factor de mayor incidencia en el diagnóstico del clima organizacional es la poca actitud y atención que brinda el personal a los socios y/o clientes cuando realizan una consulta o reclamo y el escaso trabajo en equipo que existe entre Jefes y compañeros.

Del diagnóstico realizado a los empleados de la “Cooperativa de Ahorro y Crédito Negocios Andinos Ltda.” mediante la encuesta realizada se concluye que la gestión que viene haciendo el gerente es muy acertada ya que los empleados se encuentran satisfechos con los factores que inciden en el clima organizacional.

Los socios y /o clientes de la “Cooperativa de Ahorro y Crédito Negocios Andinos Ltda.” manifestaron que sienten un alto grado de satisfacción respecto a los servicios financieros que oferta la Cooperativa y que estarían dispuestos a recomendar a otras personas los servicios que ofrecen.

Referencias bibliográficas

Barreto Aguado, E., Campo Yace, M. M., y Páez Sepúlveda, P. (2021). *Clima organizacional y percepción externa de la calidad de los servicios de salud en la IPS Amisalud* [Tesis de posgrado, Universidad Católica de Manizales] <https://bibliotecadigital.oducal.com/Record/ir-10839-3405?sid=4469>

Barría-González, J., Postigo, Á., Pérez-Luco, R., Cuesta, M. y García-Cueto, E. (2021). Evaluación de Clima Organizacional: propiedades psicométricas del ECALS. *Anales de Psicología*, 37(1), 168-177. https://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S0212-97282021000100019&script=sci_arttext&tlng=es

Bohórquez Arévalo, L. E., Caro Ballestas, A. S. y Morales, N. D. (2017). Impacto de la capacitación del personal en la productividad empresarial: Caso hipermercado. *Dimensión Empresarial*, 15(1), 210-220. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-85632017000100210

Buenrostro Mercado, H. E. y Hernández Eguiarte, M. C. (2019). La incorporación de las TIC en las empresas. Factores de la brecha digital en las Mipymes de Aguascalientes. *Economía:*



teoría y práctica, (50), 101-124.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-33802019000100101

Bustamante, M. A., Zerda, Elsie, O. F. y Tello, M. (2020). Desde las expectativas a la percepción de calidad de servicios en salud en Guayas, Ecuador. *Información tecnológica*, 31(1), 161-170. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642020000100161

Cabay-Huebla, K. E., Noroña-Salcedo, D. R. y Vega-Falcón, V. (2022). Relación del estrés laboral con la satisfacción del personal administrativo del Hospital General Riobamba. *Revista Médica Electrónica*, 44(1), 69-83. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-18242022000100069&lng=es&tlng=es

Calderón, L. (2019). *El clima organizacional y su influencia en la atención al cliente en la plataforma de normalización* [Tesis de posgrado, Universidad Nacional de Trujillo] <https://dspace.unitru.edu.pe/server/api/core/bitstreams/a870a85a-cd51-4997-badf-43eb41128056/content>

Calonge-Angulo, E. Y., Villoslada-Aguirre, O. A., Valiente-Saldaña, Y. M. y Diaz-Valiente, F. A. (2024). Clima organizacional y satisfacción laboral en una unidad de gestión educativa local. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 9(17), 39-54. https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2542-30882024000100039

Cansing-Rodríguez, M. O, (2023). *Clima organizacional y su impacto en el nivel de satisfacción de los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mocache Ltda.* [Tesis de posgrado, Universidad Técnica Estatal de Quevedo] <https://repositorio.uteq.edu.ec/server/api/core/bitstreams/c95c6964-5ebf-4e2c-9a90-b937ba3762a4/content>

Castillo, T., Guffante, T., Paredes, Á. y Paredes, O. (2020). Aprendizajes adquiridos en el trabajo en grupo. Percepciones de docentes y estudiantes de ingeniería civil. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, (12), 81-94. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2550-67222020000300081

Charry-Condor, H. O. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comuni@cción*, 9(1), 25-34. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003&lng=es&tlng=es

Chiang-Vega, M., H.-O., P., J., & Gómez-Fuentealba, N. (2021). Efecto de la satisfacción laboral y la confianza sobre el clima organizacional, mediante ecuaciones estructurales. *Retos*

Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 11(22), 347-362.
<https://www.redalyc.org/journal/5045/504568573010/html/>

Cisneros, L. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de garantías de salud de la clínica* [Tesis de posgrado, Universidad Peruana Unión].
https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1701/Liseth_Tesis_Licenciatura_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cortés, D. A. (2019). Propuesta pedagógica para el mejoramiento de clima organizacional. .
Revista Encuentros, 17(01), 145-161. ,
<https://www.redalyc.org/journal/4766/476661525012/476661525012.pdf>

Doria-Velarde, A. J., Vivas-Escalante, A. D., Neira-Valdivia, F. Y. y Durand-Saavedra, D. P. (2023). Clima laboral y su influencia en las habilidades de los directivos, Maule, Chile.
Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 8(Supl. 1), 211-225.
https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2542-30882023000300211

Duque-Oliva, E. J. (2024). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición.
Innovar, 15(25), 64-80.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512005000100004&lng=en&tlng=es

Fajardo-Aguilar, G. M., Almache-Delgado, V. J. y Olaya Santos, H. K. (2020). Clima organizacional en las instituciones de salud desde una perspectiva teórica. *Revista Científica UISRAEL*, 7(1), 153-164.
http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2631-27862020000100153

Febres-Ramos, R. J., y Mercado-Rey, M. R. (2020). Satisfacción del usuario y calidad de atención del servicio de medicina interna del Hospital Daniel Alcides Carrión. Huancayo - Perú. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, 20(3), 397-403.
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-05312020000300397

Gallardo, M. (2022). *Análisis del clima organizacional y su incidencia en el desempeño laboral de los servidores públicos del GAD Municipal Quinindé* [Tesis de posgrado, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí]
https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1727/1/TIC_AP04D.pdf

Ganga-Contreras, F., Alarcón-Henríquez, N. y Pedraja-Rejas, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt - Chile. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 27(4), 668-681.
https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052019000400668

Hernández de Velazco, J., Chumaceiro, A. C. y Atencio Cárdenas, E. (2019). Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(47), 458-472. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000300009&lng=es&tlng=es

Iglesias-Armenteros, A. L. y Torres-Esperón, J. M. (2018). Un acercamiento al Clima Organizacional. *Revista Cubana de Enfermería*, 34(1), 45-47. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03192018000100016&lng=es&tlng=es

Leon Montes, S., Aburto Tucno, J. J., Moreno Menéndez, F. M., Hinostroza Estrada, D. A. y Tello Porras, D. A. (2023). Motivación y productividad laboral en colaboradores de una cooperativa de ahorro y crédito de la selva central - Perú. *e-Revista Multidisciplinaria del Saber*, 1, e-RMS01142023. https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2960-24672023000100314

Malpartida-Meza, D., Granada-López, A. y Salas-Canales, H. J. (2022). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa comercializadora de sistemas de climatización doméstica e industrial, distrito de Surquillo (Lima - Perú), 2021. *Revista Científica de la UCSA*, 9(3), 23-35. http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2409-87522022000300023

Márquez-Gómez, J. O. y Cardoso-Jiménez, D. (2022). El clima organizacional y su influencia en colaboradores en una universidad mexicana. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 13(25), e047. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672022000200047

Márquez-Ortiz, L. E., Useche-Castro, L. M., Alcívar-Delgado, S. G. y Vaca-Chávez, G. G. (2023). Calidad del servicio y satisfacción del cliente en restaurantes del terminal Portoviejo. *Ingeniería Industrial*, 44(1), 23-42. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362023000100023&lng=es&tlng=es

Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista electrónica de investigación educativa*, 20(1), 38-47. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412018000100038&lng=es&tlng=es

Montiel-Patiño, S. C. y Suárez-Estévez, Á. E. (2024). Clima organizacional y su efecto en la operatividad de las Contralorías Departamentales. *Varona. Revista Científico Metodológica*, (79), 67-68. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1992-82382024000100004&lng=es&tlng=es

Montoya-Cáceres, P., Beio-Escamlila, N., Bermúdez-Jara, N., Burgos-Ríos, F., Fuentealba-Sandoval, M. y Padilla-Pérez, A. (2017). Satisfacción Laboral y su Relación con el Clima Organizacional en Funcionarios de una Universidad Estatal Chilena. *Ciencia & trabajo*, 19(58), 7-13. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-24492017000100007

Olivera-Garay, Y. J., Leyva-Cubillas, L. L. y Napán-Yactayo, A. C. (2021). Clima organizacional y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores. *Revista Científica de la UCSA*, 8(2), 3-12. http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2409-87522021000200003

Ortega, J. B. (2018). Evolución de las Cooperativas de Ahorro y Crédito en Ecuador 2000-2015. *Semestre Económico*, 20(45), 187-216. <https://www.redalyc.org/journal/1650/165057347008/html/>

Ortiz-Guerrero, D. C. (2019). *Análisis de satisfacción del cliente de las empresas financieras bajo la modalidad de economía popular y solidaria* [Tesis de posgrado, Universidad de las Fuerzas Armadas] <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/11465/1/T-ESPE-049272.pdf>

Pacheco-Moreira, G., & Ramos-Alfonso, Y. (2020). Evaluación de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente interno en una cooperativa de ahorro y crédito. *Polo del Conocimiento*, 5(7), 722-735. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/1547/html>

Pelaes, O. (2020). Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónico [Tesis de posgrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos] https://www.lareferencia.info/vufind/Record/PE_807138fd7105d3f9300e4fe4dad53379

Perdigón-Rodríguez, Y., Rodríguez-Domínguez, M. C. y Pla-López, R. V. (2022). La calidad de los servicios desde los cursos de capacitación a la población. *EduSol*, 22(80), 150-164. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-80912022000300150&lng=es&tlng=es

Ramírez-Asís, E. H., Maguiña-Palma, M. E. y Huerta-Soto, R. M. (2020). Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las Cajas Municipales del Perú. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 329-343. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182020000200329

Ramírez-Inuma, E., y Tanchiva-Sangam, A. (2023). Clima organizacional y satisfacción laboral en América Latina: una revisión sistemática. *Revista de Psicología del Trabajo y las Organizaciones*, 39(1), 23-39.



https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672023000200153&lang=es

Registro Oficial 483. (2015). Diario El Telégrafo. <https://www.eltelegrafo.com.ec/images/eltelegrafo/politica/2015/TextoFinal-Ley-Organica-para-la-JusticiaLaboral-y-Reconocimiento-delTrabajo-en-el-Hogar.pdf>

River-Porras, D. A., Rincón-Vera, J. E. y Flórez-Gamboa, E. R. (2018). Percepción del Clima organizacional: Un análisis desde los Macroprocesos de una ESE. *Revista Espacios*, 39(19), 5-6. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n19/a18v39n19p05.pdf>

Rodríguez-Armijos, D. Y., Arista-Huamán., A. M. y Cruz-Tarrillo, J. J. (2023). Calidad de servicio y su efecto en la satisfacción y lealtad de los clientes. *Revista San Gregorio*, 1(55), 65-77. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2528-79072023000300065

Rodríguez-Carrasco, R. J., Uribe-Kajatt, J. y Rey de Castro-Hidalgo, D. E. (2023). La calidad de servicio del cliente interno basado en el modelo SERVQUAL y su relación con la satisfacción laboral en una empresa de transporte de carga pesada de Lima Metropolitana, 2021. *Industrial Data*, 26(1), 179-202. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1810-99932023000100179

Rosa-Navarro, M. D. y Carmona-Lavado, A. (2020). Cómo afecta la relación del empleado con el líder a su compromiso con la organización. *Universia Business Review*, 26(3), 112-132. <https://www.redalyc.org/pdf/433/43315587006.pdf>

Salazar-Estrada, J. G., Guerrero-Pupo, J. C., Machado-Rodríguez, Y. B. y Cañedo-Andalia, R. (2019). Clima y cultura organizacional: dos componentes esenciales en la productividad laboral. *ACIMED*, 20(4), 67-75. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352009001000004&lng=es&tlng=es

Segredo, A. (2019). Clima organizacional en la gestión del cambio para el desarrollo de la organización. *Revista Cubana de Salud Pública*, 5(9), 381-383. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662013000200017

Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E. y Delgado-Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85-101. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182006000300011#:~:text=La%20satisfacci%C3%B3n%20al%20cliente%20es,expectativas%2C%20el%20comprador%20queda%20insatisfecho

Soria-Reséndez, A. C., Pedraza-Melo, N. A. y Bernal-González, I. (2019). El clima organizacional y su asociación con la satisfacción laboral en una institución de educación superior. *Acta universitaria*, 29, e2205.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-62662019000100198

Tomás-Quispe, G. E. y Mamani-Rodríguez, O. (2021). Clima organizacional y estrés en los alumnos de educación secundaria de una I. E. PNP. *Horizontes Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 5(18), 556-571.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2616-79642021000200556

Trujillo, W. (2019). Relación del clima organizacional y la satisfacción del cliente externo en el servicio de emergencia del Hospital Tingo María [Tesis de posgrado, Universidad de Huánuco] <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/2125>

Valenzuela Salazar, N. L., Buentello Martínez, C. P., Gómez, L. A., & Villarreal Sánchez, V. (2019). La atención del cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *Gestión, Organizaciones y Negocios GEON*, 6(2), 18-24.
<https://revistageon.unillanos.edu.co/article/view/159>

Zúñiga Romero, Marjorie. (2019). Despidos por necesidades de la empresa y respuesta del mercado asegurador. Paralelo entre la legislación colombiana y la legislación española. *Vniversitas*, (125), 377-395.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0041-90602012000200013&lng=en&tlng=es

Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

Financiamiento:

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo.

Agradecimiento:

N/A

Nota:

El artículo no es producto de una publicación anterior.