



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS

**ANÁLISIS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL
DEPARTAMENTO DE COMPRAS DEL RECTORADO DE LA
UNIVERSIDAD DE ORIENTE. 2011**

Realizado por:

Yolymar José Villarroel Ortiz
C.I. V-16.997.667

Asesor:

Prof. José Coello
C.I. V-5.690.886

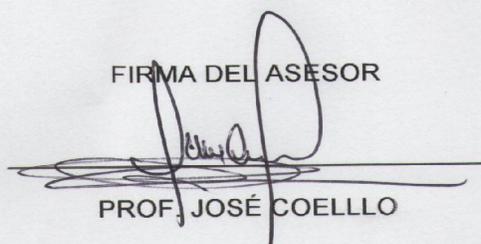
Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar al título de
Licenciada en Gerencia de Recursos Humanos

Cumaná, Marzo 2012

PAGINA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

APROBADO POR

FIRMA DEL ASESOR



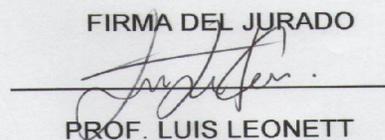
PROF. JOSÉ COELLO

FIRMA DEL JURADO



PROFA. AREDITH ALEMÁN

FIRMA DEL JURADO



PROF. LUIS LEONETT

ESTE TRABAJO FUE EVALUADO CON LA CATEGORIA DE:

CUMANÁ, MARZO DE 2012

INDICE GENERAL

<u>AGRADECIMIENTO.....</u>	<u>i</u>
<u>LISTA DE TABLAS.....</u>	<u>ii</u>
<u>RESUMEN.....</u>	<u>v</u>
<u>INTRODUCCIÓN.....</u>	<u>1</u>
<u>CAPÍTULO I.....</u>	<u>4</u>
<u>EL PROBLEMA.....</u>	<u>4</u>
<u>1.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</u>	<u>4</u>
<u>1.2.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</u>	<u>8</u>
<u>1.3.- JUSTIFICACIÓN.....</u>	<u>8</u>
<u>CAPITULO II.....</u>	<u>10</u>
<u>MARCO TEÓRICO.....</u>	<u>10</u>
<u>2.1.- ANTECEDENTES.....</u>	<u>10</u>
<u>2.2. LA EMPRESA.....</u>	<u>12</u>
<u>2.3.- BASES TEÓRICAS.....</u>	<u>26</u>
<u>2.4 BASES LEGALES.....</u>	<u>42</u>
<u>CAPÍTULO III.....</u>	<u>46</u>
<u>MARCO METODOLOGICO.....</u>	<u>46</u>
<u>3.1.- NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....</u>	<u>46</u>
<u>3.2.- DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....</u>	<u>47</u>
<u>3.3.- POBLACIÓN Y MUESTRA.....</u>	<u>47</u>
<u>3.4.- TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....</u>	<u>48</u>
<u>3.5.- TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.....</u>	<u>49</u>
<u>CAPÍTULO IV.....</u>	<u>50</u>
<u>PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....</u>	<u>50</u>
<u>5.1.- PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS.....</u>	<u>51</u>
<u>CONCLUSIONES.....</u>	<u>85</u>
<u>RECOMENDACIONES.....</u>	<u>87</u>
<u>BIBLIOGRAFÍA.....</u>	<u>88</u>
<u>ANEXOS.....</u>	<u>92</u>
<u>HOJA DE METADATOS.....</u>	<u>104</u>

AGRADECIMIENTO

A Dios todopoderoso por haberme dado la sabiduría y el entendimiento para poder llegar al final de mi carrera y disfrutar este momento tan importante de mi vida en compañía de las personas que más amo.

A mis padres Ymarys y Orlando que siempre me han brindado su apoyo incondicional y a quienes debo este triunfo profesional.

A mi esposo José Gregorio Valencia por darme su apoyo y amor que me permiten sentir cada día que puedo lograr lo que me proponga. Gracias por ser parte de mi vida.

A mis hermanos Orlysmar y Orlando por su comprensión y cariño.

A mi sobrina Valery espero que esto te sirva de guía para que te encamines en tu futuro mi niña linda.

A mi asesor Prof. José Coello por su dedicación y la guía que me brindo en la elaboración de mi trabajo de grado.

A todos mis amigos que estuvieron conmigo en las buenas y en las malas, y compartieron tantas aventuras, experiencias, desveladas y triunfos.

LISTA DE TABLAS

<u>Cuadro N° 1 Distribución absoluta y porcentual de la:</u>	51
<u>Opinión ofrecida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado con relación al sexo.....</u>	51
<u>Cuadro N° 2 Distribución absoluta y porcentual de la:</u>	52
<u>Opinión ofrecida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado con relación a la edad.....</u>	52
<u>Cuadro N° 3 Distribución absoluta y porcentual de la:</u>	53
<u>Opinión ofrecida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado con relación al tiempo de servicio.....</u>	53
<u>Cuadro N° 4 Distribución absoluta y porcentual de la:</u>	54
<u>Opinión ofrecida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado con relación al estado civil.....</u>	54
<u>Cuadro N° 5 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	55
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Conoce usted el termino Clima Organizacional?.....</u>	55
<u>Cuadro N° 6 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	56
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a las condiciones de temperatura en su área de trabajo.....</u>	56
<u>Cuadro N° 7 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	57
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación ¿Existe una adecuada temperatura en todo momento?.....</u>	57
<u>Cuadro N° 8 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	58
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación ¿La temperatura incide en los logros propuestos por la institución?.....</u>	58
<u>Cuadro N° 9 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	59
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación ¿Existe ruido en el área donde se desempeña?.....</u>	59
<u>Cuadro N° 10 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	60
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación ¿El ruido interfiere en su desempeño laboral?.....</u>	60
<u>Cuadro N° 11 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	61
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación ¿Se han presentado conflictos por el ruido en el departamento?.....</u>	61
<u>Cuadro N° 12 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	62
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación ¿Se han hecho propuestas para disminuir el ruido en el departamento?.....</u>	62
<u>Cuadro N° 13 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	63
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación ¿La iluminación en su sitio de trabajo afecta su concentración?.....</u>	63

<u>Cuadro N° 14 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	64
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Cree usted que la iluminación en el departamento de Compras afectar la calidad de su trabajo?.....</u>	64
<u>Cuadro N° 15 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	65
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Siente usted que en el departamento se presenta una iluminación no adecuada que perturba la realización de sus tareas?.....</u>	65
<u>Cuadro N° 16 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	66
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Cree usted que el espacio de trabajo es el adecuado para realizar sus funciones?.....</u>	66
<u>Cuadro N° 17 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	67
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Cree usted que el departamento de Compras del Rectorado ha tomado las medidas necesarias para mejorar el espacio de trabajo?.....</u>	67
<u>Cuadro N° 18 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	68
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Cree usted que la ubicación donde usted desarrolla sus tareas diarias es el más apropiado?.....</u>	68
<u>Cuadro N° 19 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	69
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Indique cómo es la comunicación con su jefe?.....</u>	69
<u>Cuadro N° 20 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	70
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Señale como es la comunicación con sus compañeros?.....</u>	70
<u>Cuadro N° 21 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	71
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Se mantiene un buen flujo de información en el ambiente laboral del departamento?.....</u>	71
<u>Cuadro N° 22 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	72
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Existe una buena relación entre los empleados y el jefe de la dependencia?.....</u>	72
<u>Cuadro N° 23 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	73
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Cómo es la relación con sus compañeros de trabajo?.....</u>	73
<u>Cuadro N° 24 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	74
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Trabaja usted en equipo con sus compañeros?.....</u>	74
<u>Cuadro N° 25 Distribución Absoluta y Porcentual de la:</u>	75

<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Cree usted que las Relaciones Interpersonales es un factor importante para lograr los objetivos de su dependencia?.....</u>	<u>75</u>
<u>Cuadro N° 26 Distribución Absoluta y Porcentual de la:.....</u>	<u>76</u>
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Se promueve la participación del grupo en la resolución de problemas?..</u>	<u>76</u>
<u>Cuadro N° 27 Distribución Absoluta y Porcentual de la.....</u>	<u>77</u>
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Cada cuánto tiempo ofrecen incentivos para motivar al personal?.....</u>	<u>77</u>
<u>Cuadro N° 28 Distribución Absoluta y Porcentual de la:.....</u>	<u>78</u>
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿El personal es ascendido por su desempeño?.....</u>	<u>78</u>
<u>Cuadro N° 29 Distribución Absoluta y Porcentual de la:.....</u>	<u>79</u>
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Cree usted que la Motivación es un factor importante para lograr los Objetivos en el departamento de Compras del Rectorado?.....</u>	<u>79</u>
<u>Cuadro N° 30 Distribución Absoluta y Porcentual de la:.....</u>	<u>80</u>
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Se siente usted satisfecho en su puesto de trabajo?.....</u>	<u>80</u>
<u>Cuadro N° 31 Distribución Absoluta y Porcentual de la:.....</u>	<u>81</u>
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Se ha sentido usted impulsado a realizar un trabajo que no le compete solo por el bienestar del departamento?.....</u>	<u>81</u>
<u>Cuadro N° 32 Distribución Absoluta y Porcentual de la:.....</u>	<u>82</u>
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Su trabajo es tomado en cuenta a la hora de realizar una supervisión?.....</u>	<u>82</u>
<u>Cuadro N° 33 Distribución Absoluta y Porcentual de la:.....</u>	<u>83</u>
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Se ha sentido realizado profesionalmente dentro del departamento?.....</u>	<u>83</u>
<u>Cuadro N° 34 Distribución Absoluta y Porcentual de la:.....</u>	<u>84</u>
<u>Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Las recompensas siempre se reparten de manera equitativa?.....</u>	<u>84</u>



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS

ANÁLISIS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL DEPARTAMENTO DE COMPRAS DEL RECTORADO DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE. 2011

Autor: Br. Yolymer J. Villarroel O.
Asesor: Prof. José Coello
Fecha: Marzo 2012

RESUMEN

El objetivo del presente Trabajo de Investigación fue realizar un Análisis del Clima Organizacional del Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente. El bienestar entre los empleados, la satisfacción y motivación laboral, la productividad, la eficiencia y eficacia de una unidad administrativa dependerá, entre otras cosas, de un buen Clima Organizacional; es allí donde justamente radica la importancia de este elemento objeto de estudio. La metodología implementada en este trabajo de investigación fue de tipo documental y de campo, el nivel de investigación fue Descriptivo. Para los efectos del estudio la población estuvo conformada por los doce (12) trabajadores que prestan sus servicios para el Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente. Algunos de los resultados relevantes obtenidos en el presente estudio fueron que los trabajadores sienten que los factores como el ruido, la iluminación y la temperatura no perturban ni causan falta de concentración a la hora de ejecutar sus tareas, sin embargo, sí manifestaron que el espacio es reducido y que por lo tanto es un factor que incide negativamente en el desarrollo de sus funciones; y que la comunicación entre los integrantes del departamento se produce de manera efectiva.

Palabras Clave: Clima Organizacional, Rectorado, Departamento de Compras.

INTRODUCCIÓN

Desde los comienzos de la era industrial y hasta hace tan sólo pocos años, las empresas eran vistas como un conjunto de recursos humanos, tecnológicos, financieros y materiales, los cuales eran integrados, ordenados y sincronizados con la finalidad de obtener beneficios monetarios. Desde esta perspectiva las organizaciones eran entidades físicas que ocupaban un espacio durante un tiempo determinado y que generaban trabajo y producían bienes y servicios.

De acuerdo con el experto internacional Idalberto Chiavenato, con la llegada de la era de la información y del conocimiento, esa perspectiva cambió. Aún cuando las organizaciones continúan siendo un conjunto de recursos, estas son vistas desde otra óptica.

Se habla ahora de capacidades y talento para aprovechar las oportunidades, de recursos intangibles, de las formas de hacer las cosas manifestadas por medio de la conducta que tiene el trabajador producto de la percepción que posee de la empresa para la cual trabaja.

Cabe destacar que el ser humano tiene innumerables comportamientos que van a depender tanto de las condiciones extrínsecas como intrínsecas. Sin embargo toda empresa debe evaluar, cuidar y preservar el ambiente organizacional y sus condiciones, lo que va a permitir elevar el nivel de motivación de los trabajadores y así lograr efectivamente las metas y objetivos propuestos.

Es por eso que el hombre como ser racional necesita ser motivado y orientado en las diferentes actividades que realiza, de manera tal que influya

positivamente en el rendimiento de sus labores dentro de cualquier organización y, propiciar así un buen clima organizacional.

El clima organizacional se refiere a la atmósfera que rodea al ambiente existente entre los miembros de una empresa; a su vez constituye, sin duda la personalidad de ella, en el sentido de que esta formado por un sin número de dimensiones que conforma su configuración global. De allí es que efectivamente se acepta que el clima condiciona el comportamiento de los individuos, determinando su desempeño laboral o cumplimiento de las tareas que fueron asignadas.

Mantener un clima organizacional favorable dentro de la empresa es de suma importancia, porque permite alcanzar una productividad eficiente dentro de la misma. Las relaciones interpersonales aunadas a una estructura física agradable son factores determinantes que influyen en el comportamiento de los que allí laboran propiciando por ende un mejor desempeño elevando el compromiso de cooperación entre ellos.

Por otro lado, el deterioro del clima organizacional lleva al personal a perder entusiasmo en su trabajo, lo cual, se refleja no solamente en el ausentismo sino también en la lentitud, el desgano, la indiferencia y en consecuencia en bajas en la productividad. Así, el personal se retira psicológicamente de sus labores; predomina la actitud de cumplir exactamente con lo mínimo requerido.

Algunas percepciones que abarcan el clima de la organización pueden ser de manera objetiva, enfocadas a las necesidades o a las limitaciones y, aquellas, las subjetivas van a depender de las actitudes y aptitudes de los

que laboran en ellas, así como criterios de responsabilidad, liderazgo y otros aspectos personales propios de los individuos.

Por todo lo descrito anteriormente y tomando en cuenta la importancia del clima organizacional para el buen cumplimiento de las funciones y tareas de los trabajadores, se tomó como estudio el Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente, para analizar el clima organizacional del mismo, en el que se podrán inferir en aspectos importantes como por ejemplo la cooperación, ambiente laboral, comunicación, resistencia a los cambios, entre otros que ayuden a entender como es el clima organizacional de ese departamento.

Finalmente esta investigación se encuentra estructurada en los siguientes capítulos:

Capítulo I: El problema de investigación, en el cual se presenta el planteamiento del problema, los objetivos de la Investigación, justificación de la investigación. Capítulo II: Referido a los antecedentes de la investigación, aspectos generales de la empresa, marco teórico, bases legales. Capítulo III: Marco metodológico, el cual define y explica la metodología utilizada en el trabajo y las técnicas para la recolección, el procesamiento y análisis de datos. Capítulo IV: Presentación y análisis de los resultados obtenidos. Y por último las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

1.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Toda organización es creada con un fin y diseñada con el propósito de lograr sus objetivos inicialmente planteados. Esta es fundamentalmente un conjunto de personas, actividades y roles que interactúan entre sí, una organización sólo existe cuando dos o más personas se juntan para cooperar entre sí y alcanzar las metas comunes, que no pueden lograrse mediante la iniciativa individual.

Hay condiciones fundamentales y necesarias que permiten el desarrollo armónico entre la empresa y sus empleados; algunas de estas son el respeto, la confianza y apoyo, igualdad de poder, confrontación y participación, Todos estos son principios básicos para el desarrollo integral de cualquier organización.

Es por eso que el ambiente donde una persona desempeña su trabajo diariamente, el trato que un supervisor puede tener con sus subordinados, la relación entre el personal de la organización e incluso la relación con los proveedores y público en general, son elementos que van conformando el clima organizacional, y pueden ser vínculos u obstáculos para el buen desempeño de la organización.

Desde que este tema despertó el interés general, se le ha llamado de diferentes maneras; ambiente, atmósfera, clima organizacional. Sin embargo sólo en las últimas décadas se han hecho esfuerzos por explicar su naturaleza e intentar medirlo. Según Goncalves (1997) de todos los enfoques sobre el concepto de clima organizacional, el que ha demostrado mayor

utilidad es el que se ve como elemento fundamental de las opiniones que el trabajador tiene de las estructuras y procesos que ocurren en su medio laboral.

Las percepciones y respuestas que abarcan el clima organizacional se originan en una gran variedad de factores. Unos abarcan los factores de liderazgo y práctica de dirección (tipos de supervisión: autoridad participativa). Otros factores están relacionados con el sistema formal y la estructura de la organización (sistema de comunicaciones, relaciones de dependencia, promociones y remuneraciones). Así mismo, existe la consecuencia del comportamiento en el trabajo (sistema de incentivo, apoyo social e interacción con los demás miembros); Es decir, que un sano ambiente laboral no sólo debe ir acompañado de los factores antes mencionados sino que además es importante para el óptimo desarrollo de las actividades contar con un buen espacio físico, buena iluminación, una adecuada ventilación y una efectiva comunicación.

El análisis del Clima Organizacional es un proceso sumamente complejo a raíz de la dinámica de la organización, del entorno y de los factores humanos; por lo que muchas empresas e instituciones reconocen que uno de sus activos fundamentales es su factor humano. Para estar seguros de la solidez de su recurso humano, las organizaciones requieren contar con mecanismos de medición periódica de su Clima Organizacional que va ligado con la motivación del personal y como se ha señalado, éste puede repercutir sobre su correspondiente comportamiento y desempeño laboral.

En consecuencia, se puede afirmar que en toda Organización resulta de mucha importancia el análisis y la medición del Clima Organizacional; el

Rectorado de la Universidad de Oriente no escapa de esta realidad. El Departamento de Compras de esta institución, es el encargado de asegurar la dotación de material de funcionamiento para el Rectorado y los cinco (5) núcleos de esta entidad, entendiendo esta dotación desde pupitres para los salones, material de laboratorios, implementos para los comedores, equipos de oficina, vehículos, entre otros. Igualmente cuenta con ocho (8) empleados fijos y cuatro (4) contratados, los cuales son dirigidos por un encargado de esta unidad estructural. Todos ellos con diferentes culturas y personalidades, que se interrelacionan en su convivir día a día y con motivaciones que pudieran favorecer o entorpecer su desempeño laboral.

Cabe destacar así mismo que este departamento es el encargado de recibir las solicitudes de compras o de servicio por parte de las dependencias solicitantes, solicita cotizaciones a las empresas inscritas en el registro de proveedores internos de la Universidad de Oriente, analiza las ofertas presentadas por las empresas participantes; elabora y registra la orden de compra entre otros.

De acuerdo a la información recopilada a través de una entrevista informal con el jefe de esa dependencia se pudo conocer que el espacio es sumamente pequeño para las doce (12) personas que allí laboran, situación que puede generar incomodidad en los trabajadores y afectar la realización de sus actividades diarias. Además del espacio, existen otros factores físicos como la iluminación, ruido y temperatura que dispuestos inadecuadamente pueden afectar el desempeño del trabajador, propiciando una situación de descontento, lo cual a su vez incide en la motivación y satisfacción laboral.

Según Weiner (1995), el clima organizacional es “una serie de percepciones globales por parte del individuo en lo concerniente a su organización”. Estas percepciones del trabajador se verán influenciadas por

sus emociones y por elementos como la comunicación y las relaciones personales (interrelación) con sus pares, jefes y subordinados, así como por los factores físicos y psicológicos (motivación y satisfacción laboral) antes mencionados. Es por esto, que debe tenerse en cuenta las características del ambiente físico de trabajo, el ambiente social y la percepción que los trabajadores tienen del mismo, ya que estos elementos repercutirán en el clima de la organización, pudiendo afectar la productividad y desempeño de la misma.

Tomando en cuenta lo antes expuesto surgen las siguientes interrogantes:

¿Cuáles son los factores físicos del medio ambiente laboral (temperatura, ruido, iluminación, espacio físico) en el Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente?

¿Cuál es el nivel de comunicación dentro del Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente?

¿Cómo es la interrelación entre los empleados relacionados con el Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente?

¿Cuáles son los factores psicológicos (motivación y satisfacción laboral) en el Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente?

1.2.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1.- OBJETIVO GENERAL

Analizar el clima organizacional en el Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente. 2011

1.2.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los factores físicos del medio ambiente laboral (temperatura, ruido, iluminación, espacio físico) en el Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente.
- Conocer el nivel de comunicación dentro del Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente.
- Describir la interrelación entre los empleados relacionados con el Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente.
- Determinar los factores psicológicos (motivación y satisfacción laboral) en el Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente.

1.3.- JUSTIFICACIÓN

El clima organizacional, tiene consecuencias para la institución, en un nivel positivo o negativo, definidas por la percepción que los miembros tienen de la organización. Entre las consecuencias positivas, se mencionan las siguientes: logro, afiliación, poder, productividad, eficacia, baja rotación,

satisfacción, adaptación, innovación, entre las consecuencias negativas, se pueden señalar las siguientes: inadaptación, alta rotación, ausentismo, poca innovación, baja productividad, ineficacia, entre otros. Tanto los aspectos positivos o negativos presentes en la institución, son de gran importancia que sean reconocidos por su personal, de tal manera que se puedan tomar decisiones acorde a los objetivos de la organización.

Así mismo, el clima organizacional influye directamente en el comportamiento del personal adscrito al Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente; puesto que si se encuentran en un ambiente agradable podrán realizar la actividades, obteniendo resultados favorables; en cambio si los trabajadores se encuentran en un ambiente tenso, difícilmente podrán llevar a cabo sus funciones de forma efectiva.

El planteamiento realizado anteriormente expresa la importancia del estudio por cuanto a través del mismo se pretende despertar la reflexión de la jefatura del Departamento de Compras de la Universidad de Oriente, sobre las condiciones laborales en las que se desenvuelve el personal, de manera tal que se puedan corregir las fallas que se presentan y poder brindarle a sus empleados un clima organizacional estable que conlleve al logro de los objetivos planteados.

Por otro lado los datos que se mostrarán en el trabajo servirán como base para futuras investigaciones, entregándole las herramientas necesarias para que adquieran las competencias y conocimientos imprescindibles para el desarrollo eficaz relacionado en este importante tema.

CAPITULO II MARCO TEÓRICO

2.1.- ANTECEDENTES

Luego de una revisión preliminar se pudo encontrar información sobre investigaciones anteriores referente al clima organizacional que servirán para sustentar el trabajo de investigación que se pretende realizar, entre ellas se mencionan las siguientes:

Castillo y Espinosa (2000), realizaron una investigación titulada “Cultura y Clima Organizacional” que fue presentada como trabajo de investigación en la asignatura administración y organización en la escuela de comunicación y relaciones públicas de la Universidad de Palermo (Argentina). En dicha investigación, los autores concluyeron que la cultura es un campo magnético que reúne todo el ser de la organización y a todos lo que en ella trabajan, lo que las personas hacen en sus actividades organizacionales, contiene la información sobre los valores, principios, rituales, ceremonias y los mismos líderes de la organización. Por lo tanto, si las personas se comprometen y son responsables con sus actividades laborales, se debe a que la cultura se lo permite y por consiguiente los climas organizacionales son favorables.

Guédez (2002) realizó un estudio titulado “El Clima Organizacional de la Empresa Margel C.A.”, ubicada en Barquisimeto Estado Lara, para optar al título de Licenciatura en Contaduría Pública. En este estudio determinó que el Liderazgo y la Motivación son aspectos fundamentales en los trabajadores para mejorar el Clima Organizacional. Se detectó igualmente la imperiosa necesidad del mejoramiento continuo, para que de esa manera los trabajadores puedan responder a la misión y visión que se han establecido y

orientar sus comportamientos hacia ese fin; todo esto con el propósito de alcanzar la máxima calidad y productividad. Se realizaron recomendaciones para que la empresa diseñe, aplique y evalúe estrategias de cambio dentro de su contexto organizacional y de esta manera mejorar la productividad y excelencia del individuo en el proceso de producción y desarrollo gerencial.

Niño (2006) en su trabajo de investigación titulado “Incidencia Del Clima Organizacional En El Desempeño Laboral Del Personal Administrativo De La Vicepresidencia De Administración Y Finanzas En La Empresa Tropicalum, C.A” optando al Título de Licenciatura en Administración mención Recursos Humanos, concluyó que la calidad de vida laboral de una organización es el entorno, el ambiente, el aire que se respira en ella. Los esfuerzos para mejorar la vida laboral constituyen tareas sistemáticas que llevan cabo las organizaciones para proporcionar a los empleados una oportunidad de mejorar sus puestos y contribución a la empresa, en un ambiente de mayor confianza y respeto. Es por ello que el clima organizacional se refiere al ambiente propio de la organización. Dicho ambiente ejerce influencia directa en la conducta y el comportamiento de sus miembros, ya que este refleja las facilidades o dificultades que encuentra el trabajador para aumentar o disminuir su productividad o para encontrar el equilibrio

Estos trabajos de investigación se tomaron en cuenta porque existe una relación marcada con el trabajo investigado, debido a que se mencionan factores que tiene que ver con el desarrollo de un clima organizacional, tales como: toma de decisión, estructura, motivación, espacio físico, liderazgo, entre otros.

2.2. LA EMPRESA

2.2.1. Reseña Histórica de la Universidad de Oriente

El Oriente de la República se ha caracterizado siempre por su inquietud cultural. La primera escuela fundada en Venezuela se creó en Cumaná en 1515, y desde comienzos de la colonia se desarrollaron actividades docentes que influyeron notablemente en la región y condujeron a la creación de estudios a nivel superior.

La Universidad de Oriente fue creada el 21 de noviembre de 1958, mediante el Decreto Ley No. 459 dictado por la junta de Gobierno presidida por el Dr. Edgard Sanabria, siendo Ministro de Educación el Dr. Rafael Pizani, bajo la conducción de su Rector fundador Dr. Luís Manuel Peñalver. Comienza sus funciones el 12 de febrero de 1960 en Cumaná, con los Cursos Básicos; en Octubre de 1961 se instala el Núcleo de Monagas con la Escuela de Ingeniería Agronómica y Petróleo; en el Núcleo de Bolívar se iniciaron en Enero de 1962 con la Escuela de Medicina y la Escuela de Geología y Minas, en el Núcleo de Anzoátegui comenzaron el 9 de enero de 1963 con la Escuela de Ingeniería y Química, en el Núcleo de Nueva Esparta se iniciaron los Cursos Básicos el 21 de Enero de 1969.

En su concepción la Universidad de Oriente se define como un sistema de educación Superior al servicio del país con objetivos comunes a las demás universidades venezolanas y del mundo. No obstante, es única en su género, experimental y autónoma, innovadora en la creación de la unidad profesional de Cursos Básicos, la departamentalización, los lapsos semestrales, el sistema de unidades de créditos, los cursos intensivos, etc., desarrollando investigación científica, docencia y extensión en todos los

aspectos del conocimiento, que contempla sus programas educativos de pre y postgrado. Es casi una antítesis de la universidad tradicional cuyo campus tiene su sede en los núcleos universitarios ubicados en los Estados Anzoátegui, Bolívar, Monagas, Nueva Esparta, y Sucre, asumiendo así la responsabilidad de la educación Universitaria y desde su inicio motor fundamental del desarrollo integral en toda la región insular nororiental y sur del país, en función de las condiciones posibilidades y tendencias de desarrollo de cada uno de los Estados Orientales donde funcionan.

Administrativamente; la autoridad máxima es el Consejo Universitario, formado por las autoridades rectorales, los Decanos de los cinco núcleos, cinco representantes de los profesores, un representante estudiantil de cursos básicos, dos representantes estudiantiles de los cursos profesionales, un representante del Ministerio de Educación y un representante de los egresados, quienes tienen la responsabilidad de asumir colegiadamente la orientación y gestión de la Universidad.

2.2.2. Visión

Ser un ente Rector en la Educación Superior que asuma una filosofía democrática y participativa; orientada hacia la plena autonomía, comprometida a dedicar sus esfuerzos a la formación de recursos humanos competitivos para el mercado laboral, prestando servicio de calidad en las áreas del conocimiento científico, humanístico y tecnológico mediante la realización de funciones de investigación, docencia y extensión, atendiendo la pertinencia social de cada núcleo, respondiendo oportunamente a las exigencias de su entorno y a las demandas de cambios e innovaciones que caracterizan a nuestra época.

2.2.3. Misión

Contribuir a la formación de profesionales de excelencia, de valores éticos y morales, críticos, creativos e integrales en la prestación de servicios en las diferentes áreas del conocimiento y desarrollando actividades de investigación, docencia y extensión para cooperar en la construcción de una sociedad venezolana de la Región Oriental - Insular - Sur del país.

2.2.4. Objetivos

Desde la perspectiva señalada anteriormente, la Universidad de Oriente fundamenta su misión y visión de futuro permitiéndole alcanzar los objetivos de largo plazo que orientan las funciones básicas de docencia, investigación y extensión, expresados en el Manuel de Organización. (1978), descritos a continuación:

- Formar los equipos profesionales y técnicos necesarios para el desarrollo del país.
- Ampliar los recursos científicos y técnicos, para la solución de problemas económicos y sociales del país y en especial de la Región Oriental, Insular y Sur del país.
- Conservar e incrementar el patrimonio cultural y educativo e incorporarse a las tareas del desarrollo integral de Venezuela.
- Conducir el proceso de formación de un profesional hábil y útil para ubicarse en un mundo competitivo, integrado, regionalizado y en proceso acelerado de transformación con base a una educación de calidad.
- Transformar la gerencia universitaria basada en un modelo cultural, centrado en las personas y en los procesos, tendente hacia la modernización de la Institución.

- Rescatar la formación profesional de los alumnos mediante el desarrollo de la mística, dignidad, moral, creatividad, innovación y productividad, para que sean capaces de insertarse en el quehacer regional y nacional.
- Implantar Educación Superior de la más alta calidad, con el fin de obtener un profesional de excelencia.
- Generar un cambio de modelos y de funcionamiento basado en una reestructuración curricular

2.2.5. Estructura Organizativa de la Universidad de Oriente

Toda empresa debe tener una estructura organizativa efectiva para el óptimo cumplimiento de sus metas, planes y estrategias que permita la cooperación entre los distintos departamentos que la integran.

El diseño de la estructura organizativa tiene como finalidad coordinar las actividades y el esfuerzo de trabajo que se realiza. Estableciendo canales de comunicación, proporcionando mecanismos de coordinación y mejorando la planificación y el control para la obtención de los objetivos.

La **JUNTA SUPERIOR** está constituida por las autoridades rectorales y 21 miembros, de los cuales 12 representan a la comunidad universitaria, 6 a los organismos oficiales y 3 a las comunidades del oriente del país. Esta junta superior es el ente que traza y supervisa las políticas de la institución.

Administrativamente; la autoridad máxima es el **CONSEJO UNIVESITARIO**, éste es el encargado de coordinar, estimular y ejercer todo lo referente a funciones de gobierno, labores de enseñanza, de investigación y extensión, así como propiciar relaciones con órganos, entes y universidades nacionales e internacionales a los fines de cumplir con las metas institucionales de acuerdo a la normativa vigente en Educación Superior.

Las cuales está formado por las autoridades rectorales, los Decanos de los cinco núcleos, cinco representantes de los profesores, un representante estudiantil de cursos básicos, dos representantes estudiantiles de cursos profesionales, un representante del Ministerio de Educación y un representante de los egresados, quienes tienen la responsabilidad de asumir colegiadamente la orientación y gestión de la universidad, del Consejo Universitario, depende en el mismo nivel jerárquico.

DESPACHO RECTORAL: dirige, supervisa y coordina las actividades académico- administrativas, así como representar legalmente a la Universidad de Oriente como, órgano de comunicación institucional ante todas las autoridades de la Republica y demás entes nacionales y extranjeros del Despacho Rectoral, se encuentran en un nivel inferior:

Consultoría jurídica: Asesora y representa a las autoridades y demás directivos de Universidad de Oriente, ante los entes públicos y privados en materia de su competencia, mediante la aplicación del ordenamiento jurídico contentivo en leyes y reglamentos vigentes de la Republica y demás normas y resoluciones universitarias.

Dirección de Planificación: Es la dependencia encargada de definir, promocionar y ejecutar los planes de Desarrollo y los Planes Operativos institucionales, apoyados en conocimientos y postulados de las teorías de planificación estratégica.

Dirección de Información y Comunicación Corporativa: Fortalece la presencia de la Universidad de Oriente en su área de influencia geográfica, como institución rectora de la educación, la ciencia y la cultura, y promotora de los cambios que demanda el desarrollo local, regional y nacional; lograr su mejor posicionamiento en sus públicos objetivos, y consolidar sus procesos de

integración y de cooperación interinstitucional, promoviendo la adecuada proyección de su imagen corporativa, mediante la divulgación de sus programas y realizaciones y la gerencia de eventos especiales.

Dirección de Planta Física: Coordina y ejecuta los Planes, Programas, Proyectos, Obras y otras actividades referidas a la planificación, diseño y supervisión del desarrollo y mantenimiento de todas las Instalaciones de Planta Física de la Universidad de Oriente.

Dirección de Relaciones Interinstitucionales: Es la dependencia encargada de gestionar, establecer y mantener vínculos legales de cooperación y ayuda en las áreas de docencia, investigación y extensión entre la Universidad e instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, para desarrollar programas de mutuo beneficio.

Comisionaduría de Deportes: Impulsa, desarrolla, organiza y ejecuta las actividades de recreación, desarrollo y competición en las distintas disciplinas deportivas, mediante la administración del recurso material y humano, sirviendo como complemento en el desarrollo profesional.

Dirección de Cultura: Es la unidad responsable de promover dentro y fuera de la institución, el desarrollo de actividades culturales en general, enfatizando en aquellas que representan manifestaciones autóctonas, folklóricas y populares, típicas de las regiones Nororiental y de Guayana.

Unidad de Enlace: Es la dependencia encargada de impulsar planes y programas diseñados y establecidos por la Universidad de Oriente con la intención de proyectar su imagen, así como servir de apoyo académico-administrativo a las dependencias universitarias que lo requieran.

Coordinación del Despacho Rectoral: Asiste al Despacho Rectoral en la dirección, supervisión y coordinación de las actividades académico-administrativo, así como representar legalmente a la Universidad de Oriente.

De igual manera y reportando en forma directa al Despacho Rectoral, en nivel inferior se encuentran:

VICERRECTORADO ACADEMICO: Supervisa y coordina las actividades de docentes, investigación y de extensión mediante la realización de actividades dirigidas a crear, asimilar y difundir el saber. De este depende:

Coordinación del Despacho del Vicerrectorado Académico: Contribuye con la supervisión y coordinación las actividades docentes, de investigación y de extensión mediante la realización de actividades dirigidas a crear, asimilar y difundir el saber.

Dirección de Desarrollo Estudiantil: Planifica y ejecuta políticas de programación, seguimiento, desarrollo, cogestión, bienestar y orientación estudiantil, así como también, amplía y consolida aquellos programas destinados a satisfacer los requerimientos bio-especiales y culturales de los estudiantes para facilitar su auto desarrollo.

Comisionaduría de Biblioteca: Ofrece servicios bibliográfico, audiovisual, de información y documentación contenida dentro y fuera de la Institución, tanto a la comunidad universitaria, entes regionales, nacionales e internacionales como al público en general que garanticen satisfacer las necesidades del usuario.

Comisión Central de Currícula: Asesora al Vicerrectorado Académico, sustentada en criterios tecno- académicos, bajo los principios de excelencia,

mejoramiento de la calidad, observancia de la equidad y compromiso social en pro de la transformación académica y formación integral en materia curricular.

Coordinación de la Comisión de Clasificación Docente: Garantiza el cabal cumplimiento en materia de ascenso y clasificación del personal Docente y de investigación, basándose en el Reglamento e instructivo vigente.

Consejo de Investigación: planifica y coordina la investigación científica, tecnológica y humanística en la Universidad de Oriente.

Centro de Sismología: Registra, analiza y estudia la sismicidad, sus fenómenos conexos, elabora planes y proyectos de educación y capacitación en materia de prevención y mitigación de desastres derivados de la sismicidad.

Coordinación de Teleinformática: Mantiene y desarrolla la plataforma integral de telecomunicaciones en la Universidad de Oriente, lo que permite enlazar los distintos núcleos en el área académica y administrativa, así como la prestación de servicios informativos a la comunidad.

Coordinación Central de Estudios de Postgrado: Planifica, coordina y efectúa las acciones tendientes a lograr el desarrollo de los Estudios de Postgrado, de acuerdo con las exigencias que nacen de las relaciones entre la Universidad como ente formador de los Recursos Humanos, el Estado y la Sociedad.

Instituto de Investigaciones de Biomedicina: Presta servicios de extensión y asistencia a cursos de pre y post-grado y ejecución de proyectos de investigación en el área de biomedicina y ciencias aplicadas, para la

Universidad de Oriente así como otras instituciones u organizaciones del país que lo demanden.

Centro de Tecnología Educativa: Tiene como misión satisfacer las actividades específicas en el ámbito académico de la Universidad de Oriente, en las variables socioculturales, políticas, económicas, a los propósitos de la institución mediante una amplia participación y la combinación de tecnología.

Coordinación de la Comisión de Recursos Humanos: Promueve el mejoramiento de los Recursos Humanos de la Institución a objeto de acometer una decidida y continúa política de formación de calidad del personal académico.

VICERRECTORADO ADMINISTRATIVO: Es la dependencia encargada de administrar con máxima eficiencia, transparencia y pulcritud los recursos económicos asignados y producidos por la Universidad, estableciendo normas y procedimientos que permitan prestar servicios satisfactorios a la comunidad en general y universitaria.

Se encuentran dependiendo de este a un nivel inferior:

Coordinación del Despacho del Vicerrectorado Administrativo: Coordina y asiste al Vicerrectorado Administrativo en todas aquellas actividades que conlleven al óptimo funcionamiento de la estructura organizacional de la Universidad de Oriente.

Dirección de Organización y Sistemas: Es un órgano tendiente a maximizar la eficiencia académica- administrativa de la Universidad de Oriente, mediante el asesoramiento, diseño y control, que en materia de desarrollo de la organización, normas, sistemas, procedimientos, análisis y mejoramiento

continuo requieran las autoridades, cuerpos directivos y otros actores que con ella interactúen.

Coordinación General de Administración: Garantiza que los procesos administrativos estén acordes con la realidad socio-económica, tecnológica y organizacional de la Institución para contribuir a la prestación de un servicio de calidad y lograr de manera eficaz y eficiente los objetivos del área administrativa.

Dirección de Presupuesto: Realiza los procesos de formulación, ejecución análisis y control presupuestario, que satisfagan las demandas de la institución y se vinculen con los procesos administrativos, tanto en el ámbito institucional como nacional, respetando los lineamientos contenidos en las leyes, reglamentos y normativas que rigen la materia, para optimizar la eficiencia en el manejo de los recursos.

Dirección de Finanzas: Ejecuta todas las actividades requeridas para el mejor manejo de los recursos financieros, bajo el ordenamiento legal pertinente que rige la materia.

Dirección de Personal: Planifica, dirige, coordina, supervisa y evalúa lo concerniente a la administración de personal de la Universidad de Oriente, así como también desarrolla las estrategias y acciones correspondientes a las políticas de personal y vela porque se cumplan las disposiciones legales que rigen la materia.

Departamento de Servicios Generales: Coordina las actividades de mantenimiento y reparación de bienes muebles e inmuebles y transporte, vigilancia y mensajería, planificando y controlando las áreas componentes

del servicio, a fin de satisfacer los requerimientos de los usuarios y garantiza las óptimas condiciones de las instalaciones y vehículos de la institución.

EL SECRETARIO: Quien ejerce la secretaría del Consejo Universitario e informa de sus resoluciones a los funcionarios y organismos pertinentes.

Despacho de la Secretaria General: Cumple los procesos administrativos de control, registro, comunicación e información; relacionados con el acontecer universitario, coadyuvando principalmente con la Academia, investigación y Extensión.

Coordinación del Despacho de la Secretaria: Planifica y ejecuta todas las actividades que coadyuvan en el cumplimiento de la visión, misión y objetivos de la Secretaria General de la Universidad.

Secretaria del Consejo Universitario: Asiste a la Secretaría General en todo lo relacionado con sus actividades del Consejo Universitario.

Coordinación General de Control de Estudios: Ejerce la coordinación central de los departamentos de admisión y control de estudios de la Universidad de Oriente, mediante la planificación, investigación, evaluación y coordinación en materia de selección, certificación, graduación, registro y control de la situación académica de los estudiantes.

Coordinación de Publicaciones: Publica y difunde aspectos institucionales y del producto intelectual que califiquen debidamente para constituirse en una referencia publicable por la Universidad de Oriente.

Tribunal Académico: Organismo Superior en materia disciplinaria responsable de velar por el cumplimiento de las leyes, normas y reglamentos

de la Universidad de Oriente, así como de aquellos actos donde prevalezca la verdad, la justicia y la equidad.

Departamento de Compras: Se encuentra ubicado en la estructura organizativa de la Universidad de Oriente bajo la dependencia de la Coordinación General de Administración; y es el encargado de realizar las siguientes tareas:

- Recibir solicitudes de compra o de servicio por parte de las dependencias solicitantes y de los proyectos de acción centralizada.
- Verificar el llenado del formato si está correctamente y debidamente autorizada.
- Solicitar cotizaciones, dejando constancia de ello, a empresas legalmente constituidas inscritas en el registro de proveedores internos de la Universidad de Oriente y en el registro nacional de contratistas, del servicio nacional de contrataciones.
- Analizar las ofertas, tomando en cuenta el precio, condiciones técnicas, especificaciones, calidad y tiempo de entrega, para obtener y poder seleccionar a la mejor.
- Verificar la disponibilidad presupuestaria de las dependencias solicitantes.
- Elaborar órdenes de compra y/o servicio conjuntamente con la orden de pago.
- Registrar la orden de compra y/o servicio conjuntamente con la orden de pago, para el envío o ruta administrativa.
- Aprobada la orden se procede al desglose para su distribución.

El departamento de compras cuenta con un grupo de 12 trabajadores, encargados de velar por el buen funcionamiento de esa dependencia, la cual se encuentra estructurada de la siguiente manera:

- Jefe sección de compras (01)
- Jefe de análisis y de compras (01)
- Comprador (06)
- Asistente administrativo (01)
- Secretaria (01)
- Oficinista (01)
- Mensajero (01)

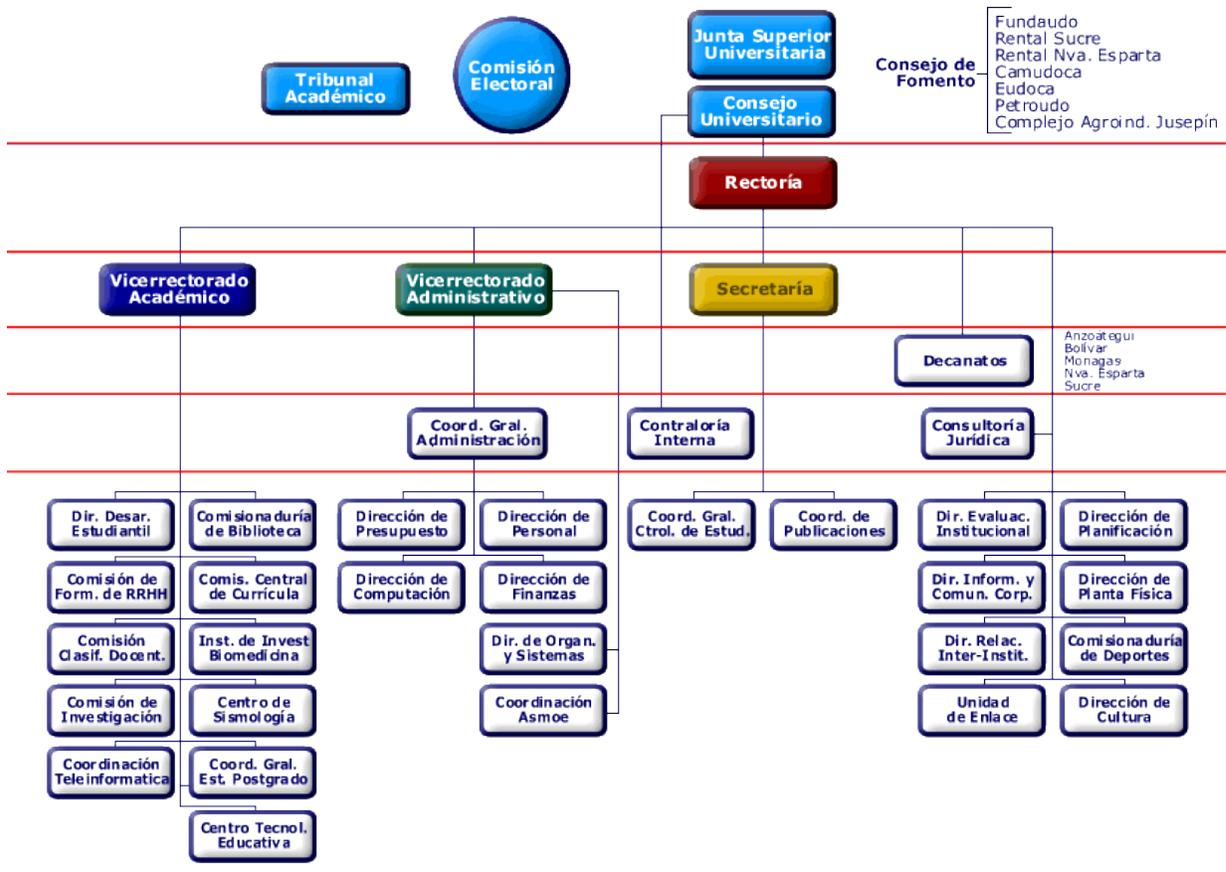
2.2.6. Funciones del Departamento de Compras del rectorado de la Universidad de Oriente.

Entre sus funciones más importantes están:

- Gestionar los procesos de compras en el Rectorado de la Universidad de Oriente.
- Procesar y registrar las diferentes solicitudes de compras y servicios de las dependencias del Rectorado de la Universidad de Oriente.
- Efectuar la compra de bienes y servicios de acuerdo a los lineamientos, normas y procedimientos que establecen las leyes que rigen la materia.
- Elaborar, procesar, controlar y colocar órdenes de compra.
- Mantener actualizado el registro de proveedores.
- Estudiar y proponer las modificaciones de los procedimientos de compras, que propendan a la prestación de un mejor servicio.
- Verificar, conjuntamente con almacén la recepción de los materiales y equipos adquiridos.

- Tramitar los requerimientos de las solicitudes de mantenimiento y servicio.
- Cumplir con las demás actividades inherentes que le asigne el Coordinador General de Administración.

FIGURA N° 1: ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE



Fuente: www.udo.edu.ve. Año: 2011

2.3.- BASES TEÓRICAS

2.3.1.- CLIMA ORGANIZACIONAL

Según Chiavenato (2000) “El clima organizacional es la cualidad o propiedad del ambiente organizacional que perciben o experimentan los miembros de las organizaciones e influyen en su comportamiento”.

Así mismo, plantea que el clima organizacional se refiere al ambiente interno existente entre los miembros de la organización y esta estrechamente ligado al grado de motivación de los empleados e indica de manera específica las propiedades motivacionales del ambiente organizacional, es decir, aquellos aspectos de la organización que desencadenan diversos tipos de motivación entre los miembros. Por consiguiente es favorable cuando proporciona la satisfacción de las necesidades personales y la elevación de la moral de los miembros, y desfavorable cuando no logra satisfacer esas necesidades.

En relación con la cita textual, Méndez (2006) señala:

El ambiente propio de la organización, producido y percibido por el individuo de acuerdo a las condiciones que encuentra en su proceso de interacción social y en la estructura organizacional que se expresa por variables (objetivos, motivación, liderazgo, control, toma de decisiones, relaciones interpersonales cooperación) que orientan su creencia, percepción, grado de participación y actitud determinando su comportamiento, satisfacción y nivel de eficiencia en el trabajo (p.108)

Partiendo de la definición antes expuesta se puede inferir que el clima organizacional contiene elementos que caracterizan a la organización formal e informal, los cuales determinaran el comportamiento de los individuos.

2.3.2.- ¿QUÉ INFLUYE SOBRE EL CLIMA ORGANIZACIONAL?

El clima organizacional se puede entender como un cambio temporal en la actitud de las personas con respecto al ambiente organizacional que los rodea, estén o no acostumbrados a este. El clima organizacional se define en si, como un conjunto de propiedades o características del ambiente interno laboral, percibidas directa o indirectamente por los empleados de una organización, que se supone son una fuerza que influye en la conducta del empleado.

Según Soria (2008) existen diversas variables que influyen el clima organizacional, entre las que destacan:

- Alteración de las condiciones económicas.
- Competencia.
- Cambio de líderes.
- Reestructuración, reducción y capacitación.
- Días de pago, problemas con algún empleado.
- Tolerancia a los errores: el grado en que los errores se tratan en una forma de apoyo y de aprendizaje, mas bien que en una forma amenazante, punitiva o inclinada a culpar.

2.3.3.- IMPORTANCIA DEL CLIMA ORGANIZACIONAL

Es un indicador de la gestión de la organización, y como tal, debe ser medido a fin de conocer el impacto de los cambios percibidos, las políticas y procedimientos existentes, la comunicación, el estilo de dirección y las condiciones de trabajo, entre otros.

El diagnóstico de clima organizacional es una evaluación integral que le permite detectar las fortalezas y oportunidades de mejora dentro de la organización. El estudio inicia con un análisis de la situación actual lo cual permite desarrollar una herramienta de evaluación de acuerdo a las necesidades específicas detectadas en las organizaciones.

A través de encuestas a los colaboradores se evalúan factores críticos para el éxito organizacional. Los resultados de dichas encuestas le permiten diseñar un plan concreto y realista para administrar el cambio más eficientemente, ya que podrá: Modificar el comportamiento de los colaboradores, favorecer las relaciones interpersonales en el trabajo, reforzar aquellos aspectos que obtengan resultados por debajo de lo esperado, mejorar la calidad y la productividad y como consecuencia la competitividad de la organización.

2.3.4.- CARACTERÍSTICAS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL

Según Pelaes (2010) algunas características del Clima Organizacional son las siguientes:

- Tiene cierta permanencia, a pesar de experimentar cambios por situaciones coyunturales. Esto significa que se puede contar con una cierta estabilidad en el clima de una organización, con cambios relativamente graduales, pero esta estabilidad puede sufrir perturbaciones de importancia derivadas de decisiones que afecten en forma relevante el devenir organizacional. Una situación de conflicto no resuelto, por ejemplo, puede empeorar el clima organizacional por un tiempo comparativamente extenso.

- Tiene un fuerte impacto sobre los comportamientos de los miembros de la empresa. Un clima malo, hará extremadamente difícil la conducción de la organización y la coordinación de las labores.
- Afecta el grado de compromiso e identificación de los miembros de la organización con ésta. Una organización con un buen clima tiene una alta probabilidad de conseguir un nivel significativo de éstos aspectos en sus miembros: en tanto, una organización cuyo clima sea deficiente no podrá esperar un alto grado de identificación. Las organizaciones que se quejan porque sus trabajadores "no tienen la camiseta puesta", normalmente tienen un muy mal clima organizacional.
- Influye en los comportamientos y actitudes de los miembros de la organización y, a su vez, afecta dichos comportamientos y actitudes. En otras palabras, un individuo puede ver cómo el clima de su organización es grato y -sin darse cuenta- contribuir con su propio comportamiento a que este clima sea agradable; en el caso contrario, a menudo sucede que personas pertenecientes a una organización hacen amargas críticas al clima de sus organizaciones, sin percibir que con sus actitudes negativas están configurando este clima de insatisfacción y descontento.
- Afecta las diferentes variables estructurales, como estilo de dirección, políticas y planes de gestión, sistemas de contratación y despidos, etc. Estas variables, a su vez, pueden ser también afectadas por el clima. Por ejemplo, un estilo de gestión muy burocrático y autoritario, con exceso de control y falta de confianza en los subordinados puede llevar a un clima laboral tenso, de desconfianza y con actitudes

escapistas e irresponsables de parte de los subordinados, lo que conducirá a un refuerzo del estilo controlador, autoritario y desconfiado de la jerarquía burocrática de la organización. Este es un círculo vicioso del que resulta difícil salir, porque el clima y el estilo de dirección se esfuerzan mutuamente en una escalada que cuesta romper, por cuanto para hacerlo sería necesario actuar en un sentido inverso a lo que el sistema de variables estilo de dirección -clima organizacional parecería requerir. El ausentismo y la rotación excesiva pueden ser indicaciones de un mal clima laboral. Algo semejante ocurre con la insatisfacción laboral desmejorado. La forma de atacar estos problemas, por lo tanto, puede ser difícil, dado que implica realizar modificaciones en el complejo de variables que configura el clima organizacional.

2.3.5 La Comunicación y el Clima Organizacional.

Una estrategia de comunicación permite el desarrollo de los planes y los logros de la organización. Una estrategia de comunicación, que además de potenciar las relaciones interpersonales, posibilitaría a sus trabajadores y trabajadoras orientarse hacia lo que sucede en momentos en que los cambios pueden parecer arbitrarios o violentos; también es importante que ellos y ellas puedan cuestionar lo que sucede y se sientan escuchados y escuchadas en un ambiente democrático interno.

Con una efectiva comunicación organizacional se busca dar solución a una serie de problemas relacionados con la falta de planificación estratégica organizacional. Entre estos problemas están: falta de identificación con la misión institucional, ausencia de mecanismos de integración del, focalización

de la información (no baja a los niveles inferiores), incumplimiento de procedimientos, problemas de relaciones interpersonales no resueltas, entre otros.

2.3.6 Factores físicos del medio ambiente laboral.

La Fundación MAPFRE (1996) determina que los factores físicos del medio ambiente laboral son los siguientes:

- **Espacio Físico:** El ambiente físico comprende todos los aspectos posibles, desde el estacionamiento situado a la salida de la Organización hasta la ubicación y el diseño del edificio, sin mencionar otros como la luminosidad y el ruido que llegan hasta el lugar de trabajo de cada trabajo. En el propio lugar de trabajo otros aspectos físicos pueden ocasionar malestar y frustración, como la ventilación, la calefacción y el sistema de aire acondicionado.

- **Iluminación:** El sentido común demuestra que la calidad del trabajo disminuye cuando no hay luz suficiente. Por otra parte, se sabe que si una iluminación defectuosa se prolonga largo tiempo, el sujeto puede sufrir trastornos visuales. Una adecuada iluminación debe considerar aspectos tales como: intensidad, distribución, resplandor y la naturaleza de la fuente luminosa.

- **Ruido:** El ruido se considera un sonido o barullo indeseable. Ciertas intensidades pueden dañar el oído. Así, si un trabajador diariamente oye sonidos de cierto nivel de decibeles durante largo tiempo, sin duda terminará

por sufrir pérdida de la audición. El control de los ruidos busca la eliminación o, al menos, la reducción de los sonidos indeseables.

- **Color:** Según Schultz (1993), afirma que el color eleva la producción, aminora accidentes y errores, mejora la moral. El color puede crear un ambiente laboral más agradable y mejorar la seguridad industrial. Con el color también se evita la fatiga visual, puesto que cada matiz tiene diferentes propiedades de reflexión.

- **Música:** El efecto de la música en la producción constituye un campo en el cual hacen falta investigaciones científicas y rigurosas. Schultz (1993) afirma que con la música se incrementa la productividad en tareas bastante sencillas, repetidas y que no requieran unidades de corta duración, en consecuencia, posiblemente la música se convierte en el foco de atención y hace que la jornada transcurra en forma más rápida y grata. Las cosas cambian cuando se trata de una labor compleja que exija mucho esfuerzo. No está demostrado que la música eleve la producción de los trabajos difíciles porque se requiere de plena concentración.

- **Temperatura y Humedad:** Una de las condiciones ambientales importantes es la temperatura. Por otro lado, la humedad es consecuencia del alto grado de contenido higrométrico del aire. Cuando se realiza trabajo bajo techo la temperatura y humedad deberían controlarse bien, si es que la empresa está dispuesta a invertir bastante dinero y si las instalaciones se prestan a ello.

2.3.7 FACTORES PSICOLÓGICOS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL

- Estructura: según Chiavenato (2000) “la estructura representa la percepción que tiene los miembros de la organización acerca de la cantidad de reglas, procedimientos, trámites y otras limitaciones a que se ven enfrentados en el desarrollo de su trabajo.”
- Recompensa: corresponde a la percepción de los miembros sobre la adecuación del estímulo recibido por el trabajo bien hecho. Es la medida en que la organización utiliza más el premio que el castigo.
- Motivación: según Robbins (2004) la motivación “es la voluntad de ejercer un nivel persistente y de alto esfuerzo hacia las metas organizacionales, condicionada por la habilidad del esfuerzo de satisfacer una necesidad individual”.
- Relaciones interpersonales: según Chiavenato (2000) las relaciones interpersonales “determina como se relacionan las personas en la organización y que grado de libertad existe en esa relación. Si las personas trabajan aisladas entre si o en equipos de trabajos, a través de una intensa interrelación humana”.
- Comunicación: según Chiavenato (2000) define la comunicación como “el conjunto de procesos mediante los cuales se transmiten y reciben diversos datos, ideas, opiniones y actitudes que constituyen la base para el entendimiento o acuerdo común. La comunicación es indispensable para lograr la necesaria coordinación de esfuerzos a fin de alcanzar los objetivos perseguidos por la organización”.

- Toma de decisión: es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las alternativas o formas para resolver diferentes situaciones de la vida, estas se pueden presentar en diferentes contextos: a nivel laboral, familiar, sentimental, empresarial (utilizando metodologías cuantitativas que brinda la administración), etc., es decir, en todo momento se toman decisiones, la diferencia entre cada una de estas es el proceso o la forma en la cual se llega a ellas. La toma de decisiones consiste, básicamente, en elegir una alternativa entre las disponibles, a los efectos de resolver un problema actual o potencial, (aún cuando no se evidencie un conflicto latente).

La toma de decisiones a nivel individual es caracterizada porque una persona haga uso de su razonamiento y pensamiento para elegir una decisión a un problema que se le presente en la vida; es decir, si una persona tiene un problema, ésta deberá ser capaz de resolverlo individualmente a través de la toma de decisiones. En esta importa la elección de un camino a seguir, por lo que en un estudio anterior deben evaluarse alternativas de acción. Si estas últimas no están presentes, no existirá decisión.

Para tomar una decisión, no importa su naturaleza, es necesario conocer, comprender, analizar un problema, para así poder darle solución; en algunos casos por ser tan simples y cotidianos, este proceso se realiza de forma implícita y se soluciona muy rápidamente, pero existen otros casos en los cuales las consecuencias de una mala o buena elección puede tener repercusiones en la vida y si es en un contexto laboral en el éxito o fracaso de la organización, para los cuales es necesario realizar un proceso más estructurado que puede dar más seguridad e información para resolver el

problema. Las decisiones nos atañen a todos ya que gracias a ellas se puede tener una opinión crítica.

2.3.8.- TEORÍA DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LIKERT

Según Brunet (1999) la teoría de clima Organizacional de Likert establece que el comportamiento asumido por los subordinados depende directamente del comportamiento administrativo y las condiciones organizacionales que los mismos perciben, por lo tanto se afirma que la reacción estará determinada por la percepción. Likert establece tres tipos de variables que definen las características propias de una organización y que influyen en la percepción individual del clima. En tal sentido se cita:

- Variables causales: definidas como variables independientes, las cuales están orientadas a indicar el sentido en el que una organización evoluciona y obtiene resultados. Dentro de las variables causales se citan la estructura organizativa y la administrativa, las decisiones, competencia y actitudes.
- Variables intermedias: este tipo de variables están orientadas a medir el estado interno de la empresa, reflejado en aspectos tales como: motivación, rendimiento, comunicación y toma de decisiones. Estas variables revistan gran importancia ya que son las que constituyen los procesos organizacionales como tal de la organización.
- Variables finales: surgen como resultado del efecto de las variables causales y las intermedias referidas con anterioridad, están orientadas

a establecer los resultados obtenidos por la organización tales como productividad, ganancia y pérdida.

2.3.9. TEORÍA MOTIVACIONAL DE MASLOW

Maslow, en su teoría motivacional, sugiere que las personas serían poseedoras de una tendencia intrínseca al crecimiento o autoperfección, una tendencia positiva al crecimiento, que incluye tanto los motivos de carencia o déficit como los motivos de crecimiento o desarrollo. Éste introduce el concepto de jerarquía de las necesidades, en la cual las necesidades se encuentran organizadas estructuralmente con distintos grados de poder, de acuerdo a una determinación biológica dada por nuestra constitución genética como organismo de la especie humana.

La jerarquía está organizada de tal forma que las necesidades de déficit se encuentren en las partes más bajas, mientras que las necesidades de desarrollo se encuentran en las partes más altas de la jerarquía; de este modo, en el orden dado por la potencia y por su prioridad, encontramos las necesidades de déficit, las cuales serían las necesidades fisiológicas, las necesidades de seguridad, las necesidades de amor y pertenencia, las necesidades de estima; y las necesidades de desarrollo, las cuales serían las necesidades de autoactualización (self-actualization) y las necesidades de trascendencia. Dentro de esta estructura, cuando las necesidades de un nivel son satisfechas, no se produce un estado de apatía, sino que el foco de atención pasa a ser ocupado por las necesidades del próximo nivel y que se encuentra en el lugar inmediatamente más alto de la jerarquía, y son estas necesidades las que se busca satisfacer.

La teoría de Maslow plantea que las necesidades inferiores son prioritarias, y por lo tanto, más potente que las necesidades superiores de la jerarquía. Solamente cuando la persona logra satisfacer las necesidades inferiores, aunque lo haga de modo relativo, entran gradualmente en su conocimiento las necesidades superiores, y con eso la motivación para poder satisfacerlas; a medida que la tendencia positiva toma más importancia, se experimenta un grado mayor de salud psicológica y un movimiento hacia la plena humanización. Ver figura N° 2



Figura N° 2. Pirámide de Maslow. Fuente: www.monografias.com. Año: 2011.

2.3.10. LA SATISFACCIÓN EN EL TRABAJO

Mediante el estudio de la satisfacción, los directivos de la empresa podrán saber los efectos que producen las políticas, normas, procedimientos y disposiciones generales de la organización en el personal. Así se podrán mantener, suprimir, corregir o reforzar las políticas de la empresa, según sean los resultados que ellos están obteniendo.

La eliminación de las fuentes de insatisfacción conlleva en cierta medida a un mejor rendimiento del trabajador, reflejado en una actitud positiva frente a la organización. A los empleados les interesa su ambiente de trabajo; se interesan en que su ambiente de trabajo les permita el bienestar personal y les facilite el hacer un buen trabajo. Un ambiente físico cómodo y un adecuado diseño del lugar permitirán un mejor desempeño y favorecerá la satisfacción del empleado.

2.3.11. INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL

Robbins (1995) dice que el instrumento privilegiado para la evaluación del clima es, el cuestionario escrito. Sin embargo, la experiencia ha demostrado que es conveniente combinar los cuestionarios con entrevistas individuales, grupales y seminarios de diagnóstico.

- **La entrevista:** Consiste en una conversación que el investigador sostiene con un miembro de la organización que se pretende diagnosticar. El objetivo de esta conversación es obtener información sobre una gran variedad de temas de la organización y la opinión del entrevistado acerca de estos temas. Las expectativas, tanto del entrevistador como del entrevistado, pueden influir determinadamente sobre los resultados.

- **La entrevista grupal:** Consiste en exponer un grupo de cinco o seis personas seleccionadas por ser representativas de algún segmento de la organización. En la entrevista grupal las preguntas constituyen temas que no se encuentran dirigidos a una persona particular, sino que son planteados en grupo. El entrevistador tiene la misión de dirigir la entrevista, procurar que los integrantes del grupo sientan que todos sus aportes serán de utilidad,

generar clima de aceptación, dar oportunidad a todos de expresar sus opiniones, evitar alusiones personales descalificadoras.

- **El cuestionario:** Consiste en un conjunto de preguntas impresas que es administrado masivamente a numerosas personas. Antes de aplicarlo, es necesario tener algún grado de conocimiento de la organización para optar por el más adecuado, ya que existen una gran cantidad de estos. Se construye teniendo en vista los objetivos del diagnóstico y el lenguaje de la organización.

- **El grupo de discusión:** Es semejante a la entrevista grupal, pero en él se intenta proponer ciertas temáticas a la discusión en grupo, en lugar de plantear preguntas sobre las que se necesitan respuestas. A través de la discusión grupal puede lograrse descubrir el grado de emocionalidad que tiene el conflicto, la posibilidad de llevarlo a un plano racional y de regularlo, así como las vías de solución.

- **El seminario de diagnóstico:** Esta técnica consiste en la realización de un seminario de larga duración (uno o dos días), común número elevado de participantes (treinta a cuarenta), escogidos por sectores de la organización. Permiten que los miembros de la organización se reúnan en un ambiente informal para analizar los problemas que a todos afectan.

2.3.12. RESULTADOS DE UN DIAGNOSTICO DEL CLIMA ORGANIZACIONAL.

Robbins (1995) menciona que los resultados del diagnóstico del Clima Organizacional son los siguientes:

- **Retroalimentación:** Eso se refiere al aprendizaje de nuevos datos acerca de uno mismo, de los demás, de los procesos de grupo o de la dinámica organizacional (datos que antes la persona no tomaba en cuenta en una forma activa). La retroalimentación se refiere a las actividades y los procesos que reflejan una imagen objetiva del mundo real. La conciencia de esa nueva información puede ser conducente al cambio si la retroalimentación no es amenazadora. La retroalimentación es prominente en intervenciones como consultoría de procesos, reflejo de la organización, capacitación en sensibilidad, orientación y consejo, y retroalimentación de encuestas.

- **Conciencia de las normas socioculturales cambiantes o de las normas disfuncionales actuales:** A menudo las personas modifican su conducta, actitudes, valores, etcétera, cuando se percatan de los cambios en las normas que están ayudando a determinar su conducta. Por consiguiente, la conciencia de la nueva norma tiene un potencial de cambio, porque el individuo ajustará su conducta para alinearla con las nuevas normas. La conciencia de las normas disfuncionales actuales puede servir como un incentivo para el cambio.

- **Incremento en la interacción y la comunicación:** La creciente interacción y comunicación entre individuos y grupos, en y por sí misma, puede efectuar cambios en las actitudes y la conducta. Permite que uno verifique sus propias percepciones para ver si están socialmente validadas y compartidas.

- **Confrontación:** El término se refiere a sacar a la superficie y abordar las diferencias en creencias, sentimientos, actitudes, valores o normas, con el fin de eliminar los obstáculos para una interacción efectiva. La

confrontación es un proceso que trata en forma activa de discernir las diferencias reales que se están "interponiendo en el camino", de hacer salir a la superficie esos problemas y trabajar en ellos de una manera constructiva. Hay muchos obstáculos para el crecimiento y el aprendizaje; siguen existiendo cuando no se observan y se examinan en forma activa. La confrontación es el fundamento de la mayor parte de las intervenciones de resolución de un conflicto, como la formación de equipos intergrupo, la conciliación de terceras partes y la negociación del rol.

- **Educación:** Esto se refiere a las actividades diseñadas para mejorar el conocimiento y los conceptos, las creencias y actitudes anticuadas y las habilidades.

- **Participación:** Esto se refiere a las actividades que incrementan el número de personas a quienes se les permite involucrarse en la resolución de problemas, el establecimiento de metas, y la generación de nuevas ideas. Se ha demostrado que la participación incrementa la calidad y la aceptación de las decisiones, la satisfacción en el trabajo, y que promueve el bienestar de los empleados. La participación es el principal mecanismo que sustenta los círculos de calidad, las organizaciones colaterales y los programas de calidad de vida en el trabajo.

- **Responsabilidad creciente:** Esto se refiere que aclaran quién es responsable de qué, y que vigilan el desempeño relacionado con dichas responsabilidades. Estos dos aspectos deben estar presentes para que la responsabilidad mejore el desempeño.

- **Energía y optimismo creciente:** Esto se refiere a las actividades que proporcionan energía a las personas y las motivan por medio de visiones de

nuevas posibilidades o de nuevos futuros deseados. El futuro debe ser deseable, de mérito y alcanzable. La energía y el optimismo crecientes a menudo son los resultados directos de intervenciones tales como la indagación apreciativa, la visión, los programas de calidad de vida en el trabajo, las conferencias de búsqueda futura, los programas de calidad total, los equipos auto dirigidos, entre otros.

2.4 BASES LEGALES.

Como base legal de la presente investigación se tomaron en cuenta tres tipos de leyes, que se mencionan y desarrollan a continuación:

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999)

En su artículo 87 expresa:

Toda persona tiene derecho al trabajo y el deber de trabajar. El estado garantiza la adopción de medidas necesarias a los fines de que toda persona puede obtener ocupación productiva, que le proporcione una existencia digna y decorosa y le garantice el pleno ejercicio de este derecho. Es fin del estado fomentar el empleo. La ley adoptará medidas tendentes a garantizar el ejercicio de los derechos laborales de los trabajadores y trabajadoras. Todo patrono o patrona garantizará a sus trabajadores y trabajadoras condiciones de seguridad, higiene y ambiente de trabajos adecuados. El estado adoptará medidas y creará instituciones que permitan el control y la promoción de estas condiciones.

Para el mejor entendimiento del presente artículo es preciso indicar que todos tenemos derecho al trabajo pero también tenemos derechos a obtener beneficios de apreciativos dentro de ella de que nuestro bienestar es uno de los factores mas importantes dentro de la empresa y que nuestra

existencia no debe ser menospreciada si no apoyada, para así poder garantizar un rendimiento efectivo dentro de la organización o empresa.

El Artículo 187 dice lo siguiente:

El aprovechamiento del tiempo libre para la cultura, para el deporte y para la recreación estará bajo la protección del Estado. Las iniciativas de los patronos, de los trabajadores o de organizaciones públicas o privadas sin fines de lucro para tales objetivos, gozarán de, los privilegios y exoneraciones que se establezcan por leyes especiales o reglamentos.

Según lo planteado en el artículo anterior, se considera que todo trabajador tiene derecho de gozar de su tiempo libre, permitiendo así mejorar o mantener una buena calidad de vida laboral, personal y física.

Ley Orgánica del Trabajo (1997)

El Artículo 185 dice lo siguiente:

El trabajo deberá prestarse en condiciones que:

- a) Permitan a los trabajadores su desarrollo físico y psíquico normal;
- b) Les dejen tiempo libre suficiente para el descanso y cultivo intelectual y para la recreación y expansión lícita;
- c) Presten suficiente protección a la salud y a la vida contra enfermedades y accidentes; y
- d) Mantengan el ambiente en condiciones satisfactorias.

El presente artículo explica que un trabajador debe tener buenas condiciones de trabajo para poder realizar confortablemente su labor dentro de cualquier empresa, establecimiento entre otros. Para así dar propiciar un buen trabajo y un rendimiento productivo. Con un ambiente favorable que facilite el buen desempeño de sus funciones y por ende el logro de los objetivos planteados.

Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (1986)

Artículo 1.- “El objeto de la presente ley es garantizar a los trabajadores, permanentes y ocasionales, condiciones de seguridad, salud y bienestar, en un medio ambiente de trabajo adecuado y propicio para el ejercicio de sus facultades físicas y mentales”.

Artículo 2.- “El cumplimiento de los objetivos señalados en el artículo 1 será responsabilidad de los empleados, contratistas, subsidiarios o agentes”.

Artículo 3.- “El estado garantizará la prevención de los riesgos mediante la vigilancia del medio ambiente en los centros de trabajo y las condiciones con él relacionados, a fin de que se cumpla con el objetivo fundamental de esta ley”.

El Artículo 4 dice:

Se entiende por condiciones de trabajo, a los efectos de esta ley:

1. Las condiciones generales y especiales bajo las cuales se realiza la ejecución de las tareas.
2. Los aspectos organizativos funcionales de las empresas y empleadores en general, los métodos, sistemas o procedimientos empleados en la ejecución de las tareas, los servicios sociales que éstos prestan a los trabajadores y los factores externos al medio ambiente de trabajo que tiene influencias sobre él.

El Artículo 6 expresa:

A los efectos de la protección de los trabajadores en las empresas, explotaciones, oficinas o establecimientos

industriales o agropecuarios, públicos y privados, el trabajo deberá desarrollarse en condiciones adecuadas a la capacidad física y mental de Los trabajadores y en consecuencia:

1. Que garanticen todos los elementos del saneamiento básico.
2. Que presten toda la protección y seguridad a la salud y a la vida de los trabajadores contra todos los riesgos del trabajo.
3. Que aseguren a los trabajadores el disfrute de un estado de salud física y mental normal y protección adecuada a la mujer, al menor y a personas naturales en condiciones especiales.
4. Que garanticen el auxilio inmediato al trabajador lesionado o enfermo.
5. Que permitan la disponibilidad de tiempo libre y las condiciones necesarias para la alimentación, descanso, esparcimiento y recreación, así como para la capacitación técnica y profesional.

Parágrafo Uno: Ningún trabajador podrá ser expuesto a la acción de agentes físicos, condiciones ergonómicas, riesgos psico-sociales, agentes químicos, biológicos o de cualquier otro índole, sin ser advertido por escrito y por cualquier otro medio idóneo de la naturaleza de los mismos, de los daños que pudieran causar a la salud y aleccionado en los principios de su prevención.

Parágrafo dos: Quien ocultare a los trabajadores el riesgo que corre con las condiciones y agentes mencionados en el parágrafo anterior o tratare de minimizarlos, creando de este modo una falsa conciencia de seguridad, o que de alguna manera induzca al trabajador hacia la inseguridad queda incurso en las responsabilidades penales respectivas con motivo de la intencionalidad y con la circunstancia agravante del de lucro.

Según lo planteado anteriormente, se puede resumir que toda organización ya sea esta pública, privada y dedicada a cualquier ramo, están en la obligación de garantizar a todos los trabajadores un ambiente seguro y un buen acondicionamiento físico de manera que este permita un desarrollo productivo eficaz para la organización. Proporcionar a los trabajadores un ambiente confiable, que les permita desarrollar sus funciones de una manera agradable, saludable, que mejore su desempeño dentro de la empresa.

CAPÍTULO III MARCO METODOLOGICO

Para la metodología aplicable a la investigación, es de gran importancia que los hechos tengan relación con lo establecido en los resultados que se obtiene para llevarse a cabo de forma eficiente; en el caso del estudio se utilizaron varios elementos metodológicos como:

3.1.- NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La investigación realizada tiene un carácter descriptivo.

Se define la investigación descriptiva, según UPEL (1999):

Es la que comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre condiciones dominantes con personas, grupos o cosas, se conduce o funciona el presente (p.103)

La investigación descriptiva trabaja sobre las realidades del hecho y su característica fundamental es la de presentar un estudio concreto del fenómeno estudiado.

En este caso, el análisis de las características organizacionales del Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente implicó la descripción de los factores físicos, sociales, psicológicos y organizacionales, permitiendo de esta manera obtener conocimientos del problema objeto de estudio.

3.2.- DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El estudio estuvo delimitado en una investigación de campo, ya que reflejaron conceptos extraídos de las características propias de la organización, tomadas de la propia realidad de los hechos.

Según Arias (2006):

Es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir el investigador obtener la información pero no altera las condiciones existentes. (p.31)

Al utilizar la investigación de campo se obtuvieron datos primarios a través de la aplicación de técnicas apropiadas. Por otro lado, el uso de datos secundarios provenientes de fuentes bibliográficas permitió la elaboración del basamento teórico en concordancia con el problema planteado y los objetivos alcanzados.

3.3.- POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN

Según Arias (2006), “es un subconjunto del universo que está conformado por un determinado número de variables a estudiar, dichas variables hacen un subconjunto particular con respecto al resto de los integrantes del universo”.

Para los efectos de este estudio la población estuvo conformada por los doce (12) trabajadores que prestan sus servicios para el Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente.

MUESTRA

Según Arias (2006), “se define como un subconjunto de la población que presenta características semejantes”. En el caso específico de la investigación no fue necesario aplicar criterios muestrales, porque la población es menor a 100, y la muestra es igual a la población.

3.4.- TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para recabar la información requerida se emplearon las siguientes técnicas.

Observación directa. A través de esta técnica se pudo captar los hechos de manera espontánea. A partir de la observación directa y simple se conocieron los factores físicos, sociales, psicológicos y organizacionales que componen al clima organizacional del Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente, y el grado de variedad de los datos que fueron suministrados por los empleados de la mencionada institución.

De acuerdo con Tamayo y Tamayo (2007), la técnica de la observación directa es definida como “aquella a través de la cual el investigador puede observar y recoger datos mediante su propia observación”.

Cuestionario. Es el instrumento que sirvió para recolectar la información más acertadamente; el cual se aplicó a todo el personal empleado que labora en el Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente, para que expresaran su pensamiento y opiniones acerca de los factores que influyen en el clima organizacional. Considerando

la información que se pretendía obtener, se incorporó a este instrumento una serie de preguntas cerradas, directas, preformadas y en abanico de respuesta.

Según Arias (2006), es la modalidad de entrevista que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario auto-administrativo porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador.

Revisión documental. Información que se obtuvo a través de revistas, documentos, archivos, entre otros, relacionadas con la investigación.

3.5.- TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.

Una vez recopilados los datos mediante la aplicación del cuestionario; el proceso se basó en un estudio numérico con el fin de reflejar y analizar los resultados a través de distribución de cuadros, gráficas y cifras estadísticas de forma absoluta y porcentual.

Posteriormente se procedió a realizar un análisis descriptivo de dichos resultados; de manera adecuada, clara y objetivamente de la observación del problema estudiado para comprender la situación en cuestión.

CAPÍTULO IV PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE DETERMINAN EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL DEPARTAMENTO DE COMPRAS DEL RECTORADO DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE. 2011

En este capítulo se presenta la información obtenida y sus respectivos análisis sobre los factores que determinan el Clima Organizacional en el Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente. Año 2011

El estudio estadístico se realizó a través de tabulación de los datos recopilados, tomando en cuenta para los análisis, aquellos resultados que reflejaron mayor o menor ponderación.

La información esta representada en cuadros, ordenadas según los factores de estudios y expresadas en valores absolutos y porcentuales

5.1.- PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS.

Cuadro N° 1 Distribución absoluta y porcentual de la:
Opinión ofrecida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado con relación al sexo.

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
• Masculino	03	25%
• Femenino	09	75%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado U.D.O.

Según el cuadro N° 1, el 75% de las personas encuestadas en el departamento de Compras del Rectorado U.D.O., es de sexo femenino y el 25% de sexo masculino.

De acuerdo con los resultados obtenidos se puede señalar que en el departamento de Compras del Rectorado U.D.O. existe personal de ambos sexos, predominando el sexo femenino; lo que permite inferir que las mujeres pueden tener mayor creatividad en el ámbito laboral ya que son más sensibles emocionalmente.

Debido a que las mujeres tienen desarrollado el instinto materno, estas pueden jugar un papel muy importante al momento de tomar decisiones, en cuanto al bienestar de todos los que trabajan en ese departamento.

Cuadro N° 2 Distribución absoluta y porcentual de la:
Opinión ofrecida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado con relación a la edad.

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
• 18 a 25 años	03	25%
• 26 a 34 años	06	50%
• 35 a 45 años	03	25%
• 46 años y más	0	0%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado U.D.O.

Según el cuadro N° 2 con respecto a la edad, demuestra que el personal que labora en el departamento de Compras del Rectorado, se distribuye de la siguiente manera: el 25% de los encuestados poseen una edad comprendida entre 18 a 25 años, el 50% entre 26 a 34 años, el 25% entre 35 a 45 años y no existen empleados con edad de 46 años o más.

Partiendo de dichos resultados se puede apreciar que el 100% del personal que labora en el departamento de Compras del Rectorado es un personal joven capaz de aprovechar su potencial.

La percepción del clima organizacional en cuanto a grupo de edades no reflejó diferencias significativas; no obstante el grupo de trabajadores en edades comprendida de 18 a 45 años, tienen buena percepción de clima organizacional, lo cual puede deberse a que estas personas realizan diferentes tipos de actividades laborales, lo que hace que exista conexión entre ellos y repercuta de manera favorable en la organización.

Cuadro N° 3 Distribución absoluta y porcentual de la:
Opinión ofrecida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado con relación al tiempo de servicio.

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
• menos de 5 años	00	00%
• De 6 a 10 años	08	67%
• De 11 a 15 años	04	33%
• De 16 a 20 años	00	0%
• mas de 21 años	00	0%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado U.D.O.

Con relación a los años de servicios en departamento de Compras del Rectorado resultó que un 67%, lo cual representa 8 empleados manifestó estar entre los seis (6) y diez (10) años de servicio, y un 33% (2 empleados) dijo estar entre 11 a 15 años de servicios.

Esto demuestra que solo el 33% tiene mayor tiempo de servicio, por lo cual se puede inferir que poseen amplia experiencia en el área en la cual desempeñan sus labores.

Cuadro N° 4 Distribución absoluta y porcentual de la:
Opinión ofrecida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado con relación al estado civil.

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
• Soltero	04	33%
• Casado	08	67%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado U.D.O.

De los 12 empleados encuestados un 33% son solteros y un 67% son casados.

Se deduce que el departamento de Compras del Rectorado debe sacarle provecho a este resultado, motivando al personal para que se traduzca en un comportamiento que tiene consecuencias sobre la organización en cuanto a la productividad, satisfacción, incentivos, apoyo social, interacción, entre otros; de ahí que los individuos formen un sistema de trabajo altamente dinámico vinculados con sus objetivos.

Este grupo de trabajadores que se encuentran en estado civil casado, tienden a poseer mayor compromiso en su vida personal, por lo que puede existir mucha más responsabilidad a la hora de cuidar su puesto de trabajo lo cual es notorio en el cumplimiento de sus labores diarias.

Cuadro N° 5 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿Conoce usted el termino Clima Organizacional?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
• Si	03	25%
• No	09	75%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado U.D.O.

Según la información en el cuadro N° 5, de los 12 empleados encuestados 9 que representan un 75% desconocen el termino Clima Organizacional y un 25% conoce el termino Clima Organizacional.

Es de hacer notar de acuerdo a los resultados que sería importante que los empleados en su totalidad conocieran el termino Clima Organizacional, ya que este redundaría en su calidad de vida laboral de manera positiva. Sabiendo las consecuencias en las que se traduciría un buen Clima Organizacional, los empleados pudieran esforzarse para obtener estos beneficios.

FACTORES FÍSICOS

Temperatura

Cuadro N° 6 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a las condiciones de temperatura en su área de trabajo.

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Excelente	03	25%
Buena	09	75%
Regular	00	00%
Mala	00	00%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado U.D.O.

Según el cuadro N° 6, el 25% de los encuestados representado por 3 empleados contestaron que la temperatura en el departamento de Compras del Rectorado es excelente, mientras que el 75% restante manifestó que es buena.

Se puede apreciar que los empleados del departamento sienten que laboran con la temperatura adecuada, lo cual ayuda a disminuir el riesgo de posibles fatigas que son causadas en un ambiente caluroso, que generalmente suelen ser incómodos, de la misma manera cuando la temperatura es fría tiende a crear inquietudes que disminuyen el rendimiento de los trabajadores.

Cuadro N° 7 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación ¿Existe una adecuada temperatura en todo momento?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	03	25%
Casi siempre	09	75%
Casi nunca	00	00%
Nunca	00	00%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado U.D.O.

Según el cuadro N° 7, el 25% de los encuestados lo cual representan 3 empleados respondieron que siempre existe una adecuada temperatura, mientras que 75% restante manifestaron que casi siempre.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede decir que los empleados sienten que la temperatura en el departamento de Compras del Rectorado es adecuada, lo que significa que el ambiente es agradable, puesto que una temperatura adecuada juega un papel significativo en el desarrollo de las actividades cotidianas de la organización. Es importante resaltar que mientras exista una temperatura apropiada en el sitio de trabajo mejor será el rendimiento del empleado, ya que una temperatura agradable influye de manera positiva en el bienestar físico y mental de los trabajadores.

Cuadro N° 8 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación ¿La temperatura incide en los logros propuestos por la institución?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	00	00%
Casi siempre	00	00%
Casi nunca	09	75%
Nunca	03	25%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado U.D.O.

Según el cuadro N° 8, 9 de los empleados que representan el 75% de los encuestados manifestaron que la temperatura casi nunca incide en el logro de los objetivos propuestos por la institución, mientras que el 25% restante respondieron que nunca incide.

El resultado demuestra que la temperatura no afecta en nada el logro de los objetivos; este departamento cuenta con una ventilación de aire que se adapta a las necesidades del personal que allí presta sus servicios, lo cual no es impedimento para llevar a cabo cada una de las tareas que les son asignadas.

Ruido

Cuadro N° 9 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación ¿Existe ruido en el área donde se desempeña?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	00	00%
Casi siempre	00	00%
Casi nunca	03	25%
Nunca	09	75%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado U.D.O.

Según el cuadro N° 9, el 75% de los encuestados representando 9 empleados respondió que nunca existe ruido en el área donde se desempeña y el otro 25% respondió que casi nunca hay ruido en el departamento de Compras del Rectorado.

El resultado obtenido demuestra que no existe ruido en el área de trabajo a pesar de la cantidad de personas que con frecuencia están en el departamento. Esto es positivo para el buen desempeño del personal debido a que laboran sin la molestia que produce el ruido y están exentos de las grandes consecuencias que este puede generar sobre la salud, sin dejar a un lado las molestias, estrés, mala comunicación y distracciones.

Cuadro N° 10 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación ¿El ruido interfiere en su desempeño laboral?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	00	00%
Casi siempre	00	00%
Casi nunca	00	00%
Nunca	12	100%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado U.D.O.

Según la información presentada en el cuadro N° 10, el 100% de los encuestados manifestaron que el ruido nunca interfiere en el desempeño de su función

Se puede observar mediante el resultado que arroja el cuadro, que el ruido nunca interfiere con el desempeño de los empleados, lo cual positivo al momento de cumplir con la jornada laboral en el departamento de Compras del Rectorado.

Cuadro N° 11 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación ¿Se han presentado conflictos por el ruido en el departamento?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	00	00%
Casi siempre	00	00%
Casi nunca	00	00%
Nunca	12	100%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado U.D.O.

Según la información presentada en el cuadro N° 11, el 100% de los encuestados manifestaron que nunca se han presentado conflicto por causa del ruido en el departamento.

Se puede observar mediante el resultado que arroja el cuadro 11, que el ruido nunca ha sido causante de conflicto en el departamento, lo cual es muy positivo al momento de cumplir con la jornada laboral en el departamento de Compras del Rectorado.

Cuadro N° 12 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación ¿Se han hecho propuestas para disminuir el ruido en el departamento?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	00	00%
Casi siempre	00	00%
Casi nunca	00	00%
Nunca	12	100%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

Según la información presentada en el cuadro N° 12, el 100% de los encuestados manifestaron que nunca se han presentado propuestas para disminuir el ruido en el departamento.

Los resultados permiten destacar que en el departamento de Compras del Rectorado nunca ha sido necesario plantear propuestas para reducir el ruido, debido a que no existe ese problema en el departamento.

Iluminación

Cuadro N° 13 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación ¿La iluminación en su sitio de trabajo afecta su concentración?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	00	00%
Casi siempre	02	17%
Casi nunca	04	33%
Nunca	06	50%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

Seis de los encuestados que representan un 50% señaló que la iluminación generada en su sitio de trabajo nunca afecta su concentración, otro 33% opinó que casi nunca la iluminación que se genera en su sitio de trabajo afecta la concentración, sin embargo un 17% de los encuestados dijo que la iluminación generada en su sitio de trabajo casi siempre afecta su concentración, y ningún empleado respondió la alternativa de que casi siempre afecta su concentración.

Todo lo anterior permite inferir que un 83% de los encuestados no tiene problemas de concentración por causa de la iluminación en su sitio de trabajo. En tal sentido los empleados que representan ese porcentaje tienen un comportamiento más favorable por el impacto positivo que tiene este factor (iluminación) en su satisfacción.

Cuadro N° 14 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Cree usted que la iluminación en el departamento de Compras afectar la calidad de su trabajo?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	00	00%
Casi siempre	00	00%
Casi nunca	00	00%
Nunca	12	100%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

Según la información presentada en el cuadro N° 14, el 100% de los encuestados manifestaron que nunca es afectada la calidad de su trabajo por causa de la iluminación.

Los resultados permiten presumir que en el departamento de Compras del Rectorado la calidad de su trabajo no se ve afectada por el factor relacionado con la iluminación. Esto es algo muy favorable para el departamento en relación a su operacionalidad.

Cuadro N° 15 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿Siente usted que en el departamento se presenta una iluminación no
adecuada que perturba la realización de sus tareas?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	00	00%
Casi siempre	00	00%
Casi nunca	00	00%
Nunca	12	100%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

De acuerdo a los resultados presentados en el cuadro N° 15 mediante la opinión de los empleados encuestados el 100% respondió que nunca en el departamento se ha presentado una iluminación inadecuada que perturbe la realización de sus actividades.

Esto demuestra que este factor (iluminación) se presenta de manera óptima lo que permite que el personal tenga la percepción de que se le esta facilitando el trabajo sin obstáculos; es por esto que se debe definir una estrategia a fin de evitar en lo posible, de que iluminación se pueda convertir en un obstáculo para la realización de las actividades en el departamento.

Espacio físico

Cuadro N° 16 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿Cree usted que el espacio de trabajo es el adecuado para realizar sus
funciones?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	04	33%
Casi siempre	02	17%
Casi nunca	04	33%
Nunca	02	17%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

En la información presentada en el cuadro N° 16, se puede visualizar que el 17% del personal encuestado expresó que les parece poco adecuado el espacio físico para realizar sus funciones, así mismo el igual porcentaje de 17% representado en ambos casos por 2 empleados consideró que casi siempre el espacio es adecuado para sus funciones, sin embargo un 33% señaló que siempre le ha parecido que el espacio físico en su trabajo es el más adecuado para realizar sus funciones, del mismo modo el otro 33% representado por 4 empleados manifestó que casi nunca es adecuado el espacio físico de su trabajo para realizar sus funciones .

De lo anterior se evidencia que los empleados perciben directamente que desempeñan sus funciones en un espacio reducido, trayendo como consecuencia hacinamiento en el trabajo, por lo que tiene repercusiones en el comportamiento laboral. Esto no contribuye a fortalecer el clima organizacional del departamento de Compras del rectorado, ya que este refleja la interacción entre características personales, del medio ambiente organizacional.

Cuadro N° 17 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿Cree usted que el departamento de Compras del Rectorado ha tomado las
medidas necesarias para mejorar el espacio de trabajo?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	00	00%
Casi siempre	00	00%
Casi nunca	04	33%
Nunca	08	67%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

En base a la información presentada en el cuadro N° 17 sobre las opiniones emitidas por los empleados encuestados el 67% opinó que nunca se han tomado las medidas necesarias para mejorar los espacios físicos donde laboran, del mismo modo el 33%, manifestaron que casi nunca mejorarán, ni tocarán los espacios.

Lo respondido permite inferir que el 100% de los empleados encuestados duda que se tomen medidas para el mejoramiento de los espacios físicos, y seguirá el hacinamiento en las oficinas que ocupan los empleados.

Cuadro N° 18 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿Cree usted que la ubicación donde usted desarrolla sus tareas diarias es el
más apropiado?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	07	58%
Casi siempre	03	25%
Casi nunca	00	00%
Nunca	02	17%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

En relación a los resultados presentados en el cuadro N° 18, 58% que esta representado por 7 empleados manifestaron que siempre el sitio donde labora es el más adecuado, así mismo un 25% que corresponde a 3 empleados consideró que casi siempre le ha parecido que la ubicación donde desarrolla es el más apropiado, de igual forma un 17% que es 2 empleados dijo que nunca le ha parecido que la ubicación donde desarrolla sus actividades es el más apropiado.

Estos resultados ponen de manifiesto que un 83% de los empleados sienten que la ubicación de su sitio de trabajo es adecuado, lo cual representa un punto positivo en relación al clima presente en el departamento de Compras del Rectorado.

Comunicación

Cuadro N° 19 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿Indique cómo es la comunicación con su jefe?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Excelente	06	50%
Buena	03	25%
Regular	03	25%
Mala	00	00%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

Según la información presente en el cuadro N° 19, 6 empleados que representan el 50% de los encuestados, manifestaron que tienen una excelente comunicación con su jefe, mientras que el 25% respondió que era buena y el otro 25% regular. Tomando en cuenta que no respondieron con la opción mala.

Este resultado demuestra que existe una comunicación bastante fluida dentro del departamento de Compras del Rectorado. Es evidente que esto favorece al clima organizacional dentro de la dependencia.

Cuadro N° 20 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿Señale como es la comunicación con sus compañeros?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Excelente	06	50%
Buena	06	50%
Regular	00	00%
Mala	00	00%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

Según la información del cuadro N° 20, el 50% de los encuestados manifestaron que la comunicación con sus compañeros es excelente, mientras que el 50% respondió que es buena. Tomando en cuenta que no respondieron con las opciones regular y mala.

Se puede observar que la comunicación efectiva reina dentro del departamento de Compras del rectorado, permitiendo que la información fluya de manera adecuada y es transmitida y recibida de manera oportuna y veraz, lo que evita rumores y malos entendidos; existe claridad en las responsabilidades y funciones que deben desempeñar cada trabajador. La comunicación es un elemento clave para un buen clima organizacional, además de incidir con el logro de los objetivos propuesto para la empresa.

Cuadro N° 21 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿Se mantiene un buen flujo de información en el ambiente laboral del
departamento?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	09	75%
Casi siempre	03	25%
Casi nunca	00	00%
Nunca	00	00%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

Según el cuadro N° 21, 9 empleados que representan el 75% de los encuestados manifestaron que siempre se mantiene un buen flujo de información en el ambiente laboral del departamento, mientras que el otro 25% respondió que casi siempre.

Se puede apreciar que existe una gran comunicación entre los empleados que laboran en el departamento, y esto permite el buen desenvolvimiento tanto de la dependencia como del departamento, lo cual es punto favorable para la creación de un excelente clima organizacional.

Interrelación (relaciones interpersonales)

Cuadro N° 22 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿Existe una buena relación entre los empleados y el jefe de la dependencia?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	12	100%
Casi siempre	00	00%
Casi nunca	00	00%
Nunca	00	00%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

Según el cuadro N° 22 el 100% de los encuestados manifestaron que siempre tienen una buena relación con el jefe de la dependencia. Tomando en cuenta que los encuestados no respondieron con las opciones restantes en cuanto a la pregunta.

Este resultado demuestra que no existe ningún tipo de impedimento para que los empleados y el jefe tengan una buena relación de trabajo siempre y cuando exista el respeto de ambas partes. Esto es muy favorable para el clima predominante en el departamento.

Cuadro N° 23 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿Cómo es la relación con sus compañeros de trabajo?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Excelente	06	50%
Buena	06	50%
Regular	00	00%
Mala	00	00%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

En la información reflejada en el cuadro N° 23, se puede visualizar que el 50% de los encuestados señalaron que mantienen una excelente relación interpersonal con sus compañeros de trabajo en del departamento, mientras que el 50% respondió que es buena.

Las buenas relaciones interpersonales hace satisfactorio el trabajo, se desarrolla la confianza mutua entre los miembros del departamento; surgiendo así un sentimiento de identidad y de compromiso hacia ella.

Cuadro N° 24 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿Trabaja usted en equipo con sus compañeros?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	06	50%
Casi siempre	03	25%
Casi nunca	03	25%
Nunca	00	00%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

Según el cuadro N° 24, 6 empleados que representan el 50% de los encuestados manifestaron que siempre trabajan en equipo con sus compañeros, el 25% respondió que casi siempre y el otro 25% restante respondió casi nunca, así mismo se pudo apreciar que ninguno de los encuestados respondió que nunca.

De acuerdo a los datos obtenidos se puede decir que la mayoría de los empleados en un porcentaje del 75% del departamento de Compras del Rectorado trabajan en equipo con sus compañeros, Lo cual es bueno para el clima organizacional. El propósito general de un equipo de trabajo consiste en contribuir y crear un ambiente de trabajo de colaboración en el que las personas se ayudan unas a otras para alcanzar metas constructivas. El trabajo en equipo garantiza que los integrantes se comprometan con los objetivos del equipo, porque deben invertir todos sus esfuerzos en la consecución de una meta que beneficiará a todos. En consecuencia, este tipo de práctica fomenta las relaciones armónicas y el buen entendimiento lo que genera energías positivas en el grupo.

Cuadro N° 25 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿Cree usted que las Relaciones Interpersonales es un factor importante para
lograr los objetivos de su dependencia?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	09	75%
Casi siempre	00	00%
Casi nunca	03	25%
Nunca	00	00%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

La información presentada en el cuadro N° 25 sobre la opinión de los empleados un 75% señaló que una buena relacion jefe- subordinado- jefe siempre redundará en pro del logro de los objetivos que la empresa planifique, es decir, a mejor relacion interpersonal mayor productividad, de igual manera el 25% de los encuestados de sus respuesta emitida sostienen que casi nunca esa empatía entre jefe y subordinados representa un factor importante en el logro de los objetivos de la dependencia.

Las opiniones de los encuestados demuestra que un 75% creen que excelente relaciones interpersonales influyen en la obtención de los objetivos, donde exista un jefe que se preocupe de como hacen sus subalternos el trabajo, para que los estimule a seguir adelante, les demuestre que son tomado en consideración, un reconocimiento a su labor diaria, en fin esto ayudaria a generar un buen y exitoso clima organizacional.

Cuadro N° 26 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿Se promueve la participación del grupo en la resolución de problemas?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	09	75%
Casi siempre	00	00%
Casi nunca	03	25%
Nunca	00	00%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

La información presentada en el cuadro N° 26 sobre la opinión de los empleados sobre si se promueve la participación del grupo en la resolución de problemas, un 75% señaló que siempre se le da participación en la resolución de conflictos, todo esto en pro del logro de los objetivos que la dependencia planifique, el 25% de los encuestados sostienen que casi nunca se da esa participación. Las opciones casi siempre y nunca no obtuvieron respuestas.

Las opiniones de los encuestados demuestra que los empleados en su mayoría 75% creen que tienen participación para la resolución de problemas, lo cual influye positivamente en la obtención de los objetivos, donde exista un jefe que se preocupe de como hacen sus subalternos el trabajo y expresen su opinión, es facil decir que se estimula a seguir adelante. El demostrar que son tomados en consideración, reconocer su labor diaria, ayudaría a generar un buen y exitoso clima organizacional.

FACTORES PSICOLÓGICOS

Motivación

Cuadro N° 27 Distribución Absoluta y Porcentual de la Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en relación a ¿Cada cuánto tiempo ofrecen incentivos para motivar al personal?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	03	25%
Casi siempre	03	25%
Casi nunca	03	25%
Nunca	03	25%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

Según el cuadro N° 27, las opiniones estuvieron parejas, enmarcadas en un 25% para cada opción, lo que refleja una debilidad en relación al grado de motivación en el departamento de Compras del Rectorado.

Los resultados obtenidos reflejan que en el departamento de Compras del Rectorado se motiva parcialmente a los empleados cada cierto tiempo, lo cual refleja que se preocupan por los aspectos motivacionales. Pero, se puede visualizar el otro punto de vista donde el 50% piensa que nunca y casi nunca se emplean incentivos para motivar al personal. Esto refleja una leve debilidad en relación al clima organizacional.

Cuadro N° 28 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿El personal es ascendido por su desempeño?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	00	00%
Casi siempre	00	00%
Casi nunca	03	25%
Nunca	09	75%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

Según lo presentado en el cuadro N° 28, 9 empleados que representan el 75% del personal encuestado respondió que nunca el personal es ascendido en su puesto de trabajo por su desempeño, mientras que el 25% manifestó que casi nunca los empleados son ascendidos tomando en cuenta su desempeño laboral.

Este resultado demuestra que debido a una mala política de la dependencia los empleados no ascienden de cargo, en base a su desempeño y estos preservan a sus empleados en su puesto de trabajo debido a que prevalece lo político y lo familiar para lograr ascender en la institución. Esto representa un factor negativo para el clima organizacional de ésta dependencia.

Cuadro N° 29 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿Cree usted que la Motivación es un factor importante para lograr los
Objetivos en el departamento de Compras del Rectorado?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	12	100%
Casi siempre	00	00%
Casi nunca	00	00%
Nunca	00	00%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

Según el cuadro N° 29, el 100% de los encuestados manifestaron que siempre es necesaria la motivación para poder alcanzar los objetivos de la dependencia. Tomando en cuenta que los encuestados no respondieron con las opciones restantes en cuanto a la pregunta.

Este resultado demuestra que los empleados están conscientes que sentirse motivados en el trabajo es fundamental para lograr los objetivos preestablecidos. Esta situación es muy favorable para que predomine un buen clima en el departamento, es decir, los resultados confirman una vez más que la motivación es indispensable para el logro de los objetivos.

Cuadro N° 30 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿Se siente usted satisfecho en su puesto de trabajo?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	09	75%
Casi siempre	03	25%
Casi nunca	00	00%
Nunca	00	00%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

En la información presentada en el cuadro N° 30, el 75% de los empleados manifestó estar siempre satisfecho en su puesto de trabajo, y el 25% restante dijo que casi siempre esta satisfecho en su puesto de trabajo. Las opciones casi nunca y nunca no fueron seleccionadas.

Todo lo anterior permite deducir que la percepción que tienen los miembros del departamento de compras del rectorado acerca del grado de satisfacción que experimentan es muy buena. Lo cual representa un punto muy favorable para el clima organizacional.

Cuadro N° 31 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿Se ha sentido usted impulsado a realizar un trabajo que no le compete solo
por el bienestar del departamento?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	03	25%
Casi siempre	03	25%
Casi nunca	06	50%
Nunca	00	00%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

En el cuadro N° 31 se puede visualizar que de la población encuestada un 50% manifestó que casi nunca estaría dispuesto a realizar tareas que no le compete, un 25% manifestó que siempre y el otro restante 25% casi siempre estarían dispuesto a realizar actividades que no son de su competencia.

Al observar los resultados, se desprende que no existe un alto grado de sentimiento de pertenencia de parte del personal del departamento, refiriendonos a la sensación de compartir los objetivos personales con los que se traza la dependencia; de ahí que se deben elevar los niveles de motivación laboral tomando en cuenta el rendimiento profesional de sus empleados, introduciendo cambios en la estructura para que haya un favorable ambiente laboral.

Satisfacción laboral

Cuadro N° 32 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿Su trabajo es tomado en cuenta a la hora de realizar una supervisión?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	00	00%
Casi siempre	00	00%
Casi nunca	00	00%
Nunca	12	100%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

Se puede observar el cuadro N° 32 que el 100% de los encuestados manifestaron que al momento de realizar supervisiones en el departamento de Compras del Rectorado no son tomados en cuenta.

Esto demuestra que la institución no lleva un control y seguimiento adecuado de todo el personal que ahí labora para mantener un buen desempeño y alcanzar los objetivos propuestos.

Cuadro N° 33 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿Se ha sentido realizado profesionalmente dentro del departamento?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	09	75%
Casi siempre	00	00%
Casi nunca	03	25%
Nunca	00	00%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

La información presentada en el cuadro N° 33 refleja que 9 empleados que representan el 75% manifestaron que se han sentido realizados profesionalmente dentro de la dependencia, mientras que el 25% respondió que casi nunca se sienten realizados.

Este resultado demuestra que los encuestados que laboran en el departamento de Compras del Rectorado, son personas que trabajan a gusto y se sienten cómodos en la misma, a pesar de que un 25% reflejó su descontento y falta de entusiasmo en la dependencia. Esta situación podría ser favorable para el clima organizacional, no obstante, el 25% no está de acuerdo.

Cuadro N° 34 Distribución Absoluta y Porcentual de la:
Opinión emitida por los empleados del departamento de Compras del Rectorado en
relación a ¿Las recompensas siempre se reparten de manera equitativa?

Indicadores	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Siempre	06	50%
Casi siempre	03	25%
Casi nunca	03	25%
Nunca	00	00%
Total	12	100%

Fuente: cuestionario aplicada a los empleados del departamento de Compras del Rectorado

Según el cuadro N° 34, 6 empleados que representan el 50% de los encuestados manifestaron que siempre las recompensas se reparten en forma equitativa, el 25% respondió que casi siempre y el otro 25% restante casi nunca, así mismo se pudo apreciar que ninguno de los encuestados respondió que nunca.

De acuerdo a los datos obtenidos se puede decir que la mayoría de los empleados en un porcentaje del 75% del departamento de Compras del Rectorado trabajan tienen la percepción que las recompensas se reparten en forma adecuadas, lo cual es bueno para el clima organizacional. Este resultado demuestra que la institución al momento de premiar a los empleados por su buen desempeño trata de hacerlo lo más equitativamente posible.

CONCLUSIONES

Una vez culminada la presente investigación, se llega a las siguientes conclusiones:

- El personal adscrito al Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente conoce muy poco acerca de lo que abarca el término Clima Organizacional, factores que intervienen en él o la importancia que éste tiene en la institución donde laboran; ignorando, en cierta forma, la manera o los mecanismos que hacen posible un mejor desempeño de las tareas asignadas.
- Factores físicos como el ruido, iluminación y temperatura se presentan en condiciones normales, es decir, no perturban ni causan falta de concentración en los trabajadores a la hora de ejecutar sus tareas en el departamento; sin embargo, sí se observó que el espacio es reducido y que por lo tanto es un factor que incide negativamente en el desarrollo de las funciones del Departamento de compras.
- La comunicación efectiva está presente en el departamento de Compras, tanto en la relación supervisor-empleado, como en la relación empleado-empleado. Sin embargo, este flujo efectivo de información no ha sido suficiente para que los empleados desarrollen un sentido de pertenencia con el departamento, ya que en ocasiones no se sienten motivados a participar en la resolución de problemas propios del departamento, sino que se limitan a las tareas asignadas.

- El Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente cuenta con una buena interrelación entre sus empleados y jefe, lo que permite alcanzar las tareas trazadas de manera óptima, sin embargo la existencia de otra limitante como la baja frecuencia de reuniones evaluativas requieren la adopción de medidas de carácter gerencial.

- En el Departamento de Compras, no se llevan a cabo planes de incentivos ni ascensos por desempeño, a pesar de que los trabajadores sienten que realizan correcta y eficazmente sus funciones; están conscientes que la motivación juega un papel muy importante en el logro de los objetivos de esta unidad funcional.

- La Coordinación encargada de velar por el fiel cumplimiento de los objetivos y funciones del Departamento de Compras, no realiza supervisiones periódicas que permitan medir el desempeño de los trabajadores y verificar la prosecución o no de las metas trazadas. Esto anula cualquier posibilidad de realizar una Evaluación de Desempeño que recompense, motive e incentive al trabajador eficiente.

RECOMENDACIONES

- Realizar Talleres y Charlas donde se destaque la importancia del Clima Organizacional dentro del departamento de compras. Esto se haría con la finalidad de brindar todo el conocimiento necesario acerca de este tema y poder poner en práctica los factores adecuados que propicien un buen clima laboral.
- Considerar el reacomodo físico del departamento, bien sea trasladándose a otro espacio físico más amplio o redistribuir los espacios existentes, con la finalidad de brindar comodidad para que los empleados puedan realizar sus actividades de forma amena.
- Realizar reuniones de forma permanente entre supervisor-trabajadores, de manera que se pueda evaluar en tiempo real el cumplimiento de los objetivos del departamento y a su vez que se cree conciencia acerca de la importancia del trabajo en equipo, ya que el departamento requiere un personal compenetrado entre sí y colaborador.
- Someter a consideración la realización de los ascensos por desempeño o el reconocimiento público institucional, para que el personal constate que su esfuerzo individual en el ejercicio de sus funciones es recompensado.
- Elaborar planes de supervisión periódicas y ejecutar programas de Evaluación de Desempeño, para lograr detectar errores (en caso de existir) y tomar los correctivos necesarios.

BIBLIOGRAFÍA

TEXTOS

ARIAS, F. 2006. EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN. GUÍA PARA SU ELABORACIÓN. Editorial Episteme, Venezuela.

BRUNET L. 1999. EL CLIMA DE TRABAJO EN LAS ORGANIZACIONES”: DEFINICIONES, DIAGNÓSTICO Y CONSECUENCIAS. Editorial Trillas, México.

CHIAVENATO I. 2000. ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS, 5ta edición. Editorial McGraw-Hill, Colombia.

Fundación MAPFRE. 1996. Manual de Seguridad en el Trabajo.

GONCALVES, A. 1997. CLIMA ORGANIZACIONAL. Sociedad Latinoamericana para la Calidad.

MÉNDEZ, C. 2001. METODOLOGÍA (GUÍA PARA ELABORAR DISEÑO DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS). Edición Kimpres, Colombia.

MENDEZ, C. 2006, CLIMA ORGANIZACIONAL Edición Kimpres, Colombia

SAMPIERI, R. 2006. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN Cuarta Edición, Editorial Ultra, México.

ROBBINS, S. 1995. COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL. Octava Edición, Ed. Prentice Hall.

ROBBINS, S. 2004. COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL. Décima edición, Editorial Pearson Educación de México D.F., México.

SCHULTZ, D.P. 1993. PSICOLOGIA INDUSTRIAL. Editorial: Mc.Graw Hill, México.

SORIA, R. 2008. EMPRENDURISMO, CULTURA, CLIMA Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU APLICACIÓN A LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA. Guadalajara, México.

TAMAYO y T. 2007. PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. Editorial Luminosa, México

WEINERT, A. 1995. MANUAL DE PSICOLOGÍA DE LA ORGANIZACIÓN. Editorial Herder, Barcelona, España.

LEYES

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Publicada en Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.453 de la República Bolivariana de Venezuela. Caracas, viernes 24 de marzo de 2000.

Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo. Promulgada el 26 de julio de 2005 en Gaceta Oficial 38.236.

Ley Orgánica del Trabajo. Publicado en la Gaceta Oficial N° 5.152 Extraordinario de 19 de junio de 1997

FUENTES ELECTRÓNICAS EN LÍNEA:

Bustos, P. 2001. CLIMA ORGANIZACIONAL. [Documento en línea].
Disponible
en:<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/rrhh/clio.htm> (Consultado el 15-11-2010)

Martínez, L. Clima Organizacional. Fundamentos. [Documento en línea]
http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/climaorganizacional/. (Consultado el 15-11-2010)

UNIVERSIDAD DE ORIENTE. Reseña Histórica de la Universidad de Oriente. <http://www.udo.edu.ve>. (Consultado el 21-05-2011).

UNIVERSIDAD DE ORIENTE. Vicerrectorado Administrativo, misión, visión, objetivos y funciones. "<http://vrad.udo.edu.ve/presupuesto>". (Consultado el 21-05-2011)

WIKIPEDIA. Toma de Decisiones.
http://es.wikipedia.org/wiki/Toma_de_decisiones. (Consultado el 15-11-2010)

TRABAJOS DE GRADO.

CASTILLO, G; ESPINOSA, C. Cultura y Clima Organizacional. Argentina, 2000. Trabajo de Grado (Administración). Universidad de Palermo (Argentina).

CARVAJAL, G. Importancia de la Cultura y Clima Organizacional como factores determinantes en la eficacia del personal civil en el contexto militar. Venezuela, 2000. Trabajo de Grado (Recursos Humanos). Universidad Santa María.

GUEGEZ, M. El Clima Organizacional de la Empresa " Margel C.A.". Barquisimeto, Venezuela, 2002. Trabajo de Grado (Administración). Universidad Centro-occidental "Lisandro Alvarado"

NIÑO, L. Incidencia del Clima Organizacional en el desempeño Laboral del Personal Administrativo de la Vicepresidencia de Administración y Finanzas en la Empresa Tropicalum, C.A. Maracay, 2006.

PELAES, O. Relación entre el Clima Organizacional y la Satisfacción del cliente en una empresa de Servicios Telefónicos. Lima, Perú. 2010. Trabajo de Grado (Doctorado en Ciencias Administrativas). Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

ANEXOS

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS



EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL DEPARTAMENTO DE COMPRAS DEL RECTORADO DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE

Realizado por:
Yolymer J., Villarroel O.

Cuestionario:

Estimado lector:

Con este cuestionario se pretende obtener información sobre el clima organizacional del departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente. Los encuestados son todo el personal que labora en esta dependencia.

Los datos recolectados tendrán carácter de confidencialidad y no compromete en ningún momento a su persona.

La información proporcionada por usted será la base para elaborar la caracterización y análisis de las estrategias para reforzar el clima organizacional del departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente, dependencia Objeto de estudio de esta investigación, como requisito parcial para optar al título de Licenciada en Recursos Humanos, de la Universidad de Oriente. Núcleo de Sucre.

Gracias por su colaboración.

Instrucciones:

1. Lea cuidadosamente cada una de las preguntas, analice los aspectos involucrados en cada ítem y señale con una (x) la opción de su elección.
2. Conteste la pregunta con objetividad.
3. Este cuestionario debe ser devuelto a la brevedad posible.

INFORMACIÓN GENERAL

1.- Sexo.

Masculino _____

Femenino _____

2.- Edad.

18 a 25 años _____

26 a 34 años _____

35 a 45 años _____

46 años y más _____

3.- Tiempo de servicio.

Menos de 5 años _____

De 6 a 10 años _____

De 11 a 15 años _____

De 16 a 20 años _____

Más de 21 años _____

4.- Estado Civil.

Soltero _____

Casado _____

Otro. Especifique _____

5.- ¿Conoce usted el termino Clima Organizacional?

Si _____

No _____

FACTORES FÍSICOS

Temperatura

6.- ¿La temperatura en su área de trabajo como es?

Excelente _____

Buena _____

Regular _____

Mala _____

7.- ¿Existe una adecuada temperatura en todo momento?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

8.- ¿La temperatura incide en los logros propuestos por la institución?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

Ruido

9.- ¿Existe ruido en el área donde se desempeña?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

10.- ¿El ruido interfiere en su desempeño laboral?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

11.- ¿Se han presentado conflictos por el ruido en el departamento?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

12.- ¿Se han hecho propuestas para disminuir el ruido en el departamento?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

Iluminación

13.- ¿La iluminación en su sitio de trabajo afecta su concentración?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

14.- ¿Cree usted que la iluminación en el departamento de Compras afectar la calidad de su trabajo?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

15.- ¿Siente usted que en el departamento se presenta una iluminación no adecuada que perturba la realización de sus tareas?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

Espacio físico

16.- ¿Cree usted que el espacio de trabajo es el adecuado para realizar sus funciones?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

17.- ¿Cree usted que el departamento de Compras del Rectorado ha tomado las medidas necesarias para mejorar el espacio de trabajo?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

18.- ¿Cree usted que la ubicación donde usted desarrolla sus tareas diarias es el más apropiado?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

Comunicación

19.- ¿Indique cómo es la comunicación con su jefe?

Excelente _____

Buena _____

Regular _____

Mala _____

20.- ¿Señale como es la comunicación con sus compañeros?

Excelente _____

Buena _____

Regular _____

Mala _____

21.- ¿Se mantiene un buen flujo de información en el ambiente laboral del departamento?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

22.- ¿Existe una buena relación entre los empleados y el jefe de la dependencia?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

23.- ¿Cómo es la relación con sus compañeros de trabajo?

Excelente _____

Buena _____

Regular _____

Mala _____

24.- ¿Trabaja usted en equipo con sus compañeros?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

25.- ¿Cree usted que las Relaciones Interpersonales es un factor importante para lograr los objetivos de su dependencia?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

26.- ¿Se promueve la participación del grupo en la resolución de problemas?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

Factores Psicológicos

Motivación

27.- ¿Cada cuánto tiempo ofrecen incentivos para motivar al personal?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

28.- ¿El personal es ascendido por su desempeño?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

29.- ¿Cree usted que la Motivación es un factor importante para lograr los Objetivos en el departamento de Compras del Rectorado?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

30.- ¿Se siente usted satisfecho en su puesto de trabajo?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

31.- ¿Se ha sentido usted impulsado a realizar un trabajo que no le compete solo por el bienestar del departamento?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

Satisfacción laboral

32.- ¿Su trabajo es tomado en cuenta a la hora de realizar una supervisión?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

33.- ¿se ha sentido realizado profesionalmente dentro del departamento?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

34.- ¿Las recompensas siempre se reparten de manera equitativa?

Siempre _____

Casi siempre _____

Casi nunca _____

Nunca _____

HOJA DE METADATOS

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 1/6

Título	Análisis Del Clima Organizacional En El Departamento De Compras Del Rectorado De La Universidad De Oriente. 2011
---------------	--

Autor(es)

Apellidos y Nombres	Código CVLAC / e-mail	
VILLARROEL O. YOLYMAR J.	CVLAC	16997667
	e-mail	Yolyamar_villarroel@hotmail.com
	e-mail	

Palabras o frases claves:

Clima Organizacional
Departamento de Compras.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 2/6

Líneas y sublíneas de investigación:

Área	Subárea
CIENCIAS SOCIALES	GERENCIA RECURSOS HUMANOS

Resumen (abstract):

El objetivo del presente Trabajo de Investigación fue realizar un Análisis del Clima Organizacional del Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente. El bienestar entre los empleados, la satisfacción y motivación laboral, la productividad, la eficiencia y eficacia de una unidad administrativa dependerá, entre otras cosas, de un buen Clima Organizacional; es allí donde justamente radica la importancia de este elemento objeto de estudio. La metodología implementada en este trabajo de investigación fue de tipo documental y de campo, el nivel de investigación fue Descriptivo. Para los efectos del estudio la población estuvo conformada por los doce (12) trabajadores que prestan sus servicios para el Departamento de Compras del Rectorado de la Universidad de Oriente. Algunos de los resultados relevantes obtenidos en el presente estudio fueron que los trabajadores sienten que los factores como el ruido, la iluminación y la temperatura no perturban ni causan falta de concentración a la hora de ejecutar sus tareas, sin embargo, sí manifestaron que el espacio es reducido y que por lo tanto es un factor que incide negativamente en el desarrollo de sus funciones; y que la comunicación entre los integrantes del departamento se produce de manera efectiva.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 3/6

Contribuidores:

Apellidos y Nombres	ROL / Código CVLAC / e-mail	
COELLO, JOSÉ	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input checked="" type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> JU <input type="checkbox"/>
	CVLAC	5.690.886
	e-mail	Jose.coello1960@gmail.com
	e-mail	
ALEMÁN AREDITH	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> JU <input checked="" type="checkbox"/>
	CVLAC	13.053.700
	e-mail	aredith@yahoo.com
	e-mail	
LEONET LUIS	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> JU <input checked="" type="checkbox"/>
	CVLAC	16.817.999
	e-mail	luisleonet@hotmail.com
	e-mail	

Fecha de discusión y aprobación:

Año	Mes	Día
2012	03	28

Lenguaje: spa

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 4/6

Nombre de archivo	Tipo MIME
Tesis-villarroy.doc	Application/Word

Archivo(s):

Alcance:

Espacial: Nacional (Opcional)

Temporal: Temporal (Opcional)

Título o Grado asociado con el trabajo: Licenciada en Gerencia de Recursos Humanos

Nivel Asociado con el Trabajo: Licenciada

Área de Estudio: Recursos Humanos

Institución(es) que garantiza(n) el Título o grado: Universidad de Oriente

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 5/6



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
CONSEJO UNIVERSITARIO
RECTORADO

CU Nº 0975

Cumaná, 04 AGO 2009

Ciudadano
Prof. JESÚS MARTÍNEZ YÉPEZ
Vicerrector Académico
Universidad de Oriente
Su Despacho

Estimado Profesor Martínez:

Cumplo en notificarle que el Consejo Universitario, en Reunión Ordinaria celebrada en Centro de Convenciones de Cantaura, los días 28 y 29 de julio de 2009, conoció el punto de agenda **"SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR TODA LA PRODUCCIÓN INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UDO, SEGÚN VRAC Nº 696/2009"**.

Leído el oficio SIBI – 139/2009 de fecha 09-07-2009, suscrita por el Dr. Abul K. Bashirullah, Director de Bibliotecas, este Cuerpo Colegiado decidió, por unanimidad, autorizar la publicación de toda la producción intelectual de la Universidad de Oriente en el Repositorio en cuestión.

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
SISTEMA DE BIBLIOTECA
RECIBIDO POR *Martínez*
FECHA *5/8/09* HORA *5:30*

Comunicación que hago a usted a los fines consiguientes.

Cordialmente,

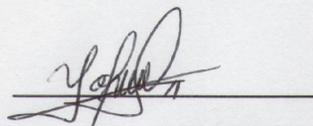
Juan A. Bolaños Cumbelo
Secretario



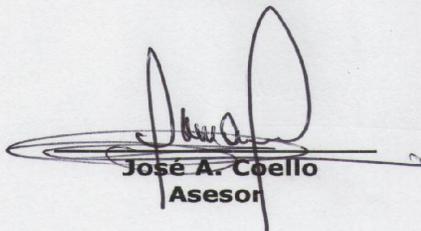
C.C: Rectora, Vicerrectora Administrativa, Decanos de los Núcleos, Coordinador General de Administración, Director de Personal, Dirección de Finanzas, Dirección de Presupuesto.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 6/6

Artículo 41 del REGLAMENTO DE TRABAJO DE PREGRADO (vigente a partir del II Semestre 2009, según comunicación CU-034-2009): “Los trabajos de grados son de la exclusiva propiedad de la Universidad de Oriente, y solo podrá ser utilizados para otros fines con el consentimiento del Consejo de Núcleo respectivo, quien deberá participarlo previamente al Consejo Universitario, para su autorización”.



Yolymer J. Villarroel Ortiz
Autor



José A. Coello
Asesor