



**FACULTAD DE HUMANIDADES**

**Escuela Académico Profesional de Ciencias de la Comunicación**

**TESIS**

**RELACIÓN ENTRE EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA  
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA  
SUPERMERCADOS METRO DEL DISTRITO DE LA VICTORIA –  
CHICLAYO 2015**

**Para Optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la  
Comunicación**

**Autor:**

**BACH. FERNÁNDEZ VILELA, MARÍA ELENA**

**Pimentel, Diciembre de 2015**

## RESUMEN

El propósito de la presente investigación fue obtener información que relacione las variables del clima organizacional de los clientes internos y la satisfacción del cliente externo del supermercado Metro del Distrito de La Victoria, con el propósito de recomendar las mejores prácticas para optimizar la gestión administrativa.

La muestra del presente estudio estuvo compuesta por 15 trabajadores de Metro y 217 clientes que fueron atendidos en los días de jueves a domingo en dicho establecimiento. Para lograr los objetivos descritos se procedió a la aplicación de dos instrumentos para la recolección de los datos, los cuales están conformados por dos test. Uno es la escala para medir la escala de la satisfacción del cliente externo compuesto por 28 preguntas y el otro para medir el clima organizacional, el mismo que está compuesto por 36 preguntas.

Finalmente se determinó que existe relación entre el clima organizacional de los clientes internos y la satisfacción de los clientes externos, lo cual indica que a mejor clima organizacional de los clientes internos, el cliente externo se siente satisfecho de la atención recibida.

El clima organizacional de los clientes internos de la empresa Supermercados Metro del Distrito de la Victoria – Chiclayo, con respecto a la edad y al género de los trabajadores del mercado; observando que existe un 80% de buen clima organizacional entre el personal (trabajadores y jefes) del supermercado esto implica que existe un buen ambiente de trabajo, y que hay buena relación entre el personal de la institución, del mismo modo se observa que existe un 20% que encuentra de manera regular en el ambiente de trabajo.

Del mismo modo los resultados demuestran que en las 5 dimensiones, el supermercado “Metro” del distrito de la Victoria, la satisfacción del cliente externo, en términos generales, es buena. Así lo demuestran los resultados obtenidos en esta investigación.