



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Clima organizacional y su relación con la satisfacción del cliente  
en Alcon Phamaceutical del Perú S.A. San Isidro – Lima 2020**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Administración**

**AUTORA:**

Rodríguez Fuentes, Mayra (ORCID: 0000-0003-0656-4942)

**ASESOR:**

Dr. Cárdenas Saavedra, Abraham (ORCID: 0000-0002-9809-7719)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2020

## **Dedicatoria**

El presente trabajo está dedicado a mi hija, abuelo y madre que son mi mayor motivo para salir adelante por la fortaleza que día a día me brinda.

## **Agradecimiento**

A Dios por darme la vida.

A mi universidad por darme la oportunidad de  
forjarme como profesional

A mis profesor Abrahan Cardenas por sus  
enseñanzas y ganas de salir adelante.

## Índice de Contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	12
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
3.2. Variables y Operacionalización	12
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	13
3.5. Procedimientos	15
3.6. Método de análisis de datos	15
3.7. Aspectos éticos	15
IV. RESULTADOS	16
V. DISCUSIÓN	29
VI. CONCLUSIONES	32
VII. RECOMENDACIONES	33
VIII. REFERENCIAS	34
ANEXOS	38

## Índice de tablas

Tabla 1	Juicio de Expertos	14
Tabla 2	Medidas para evaluar valores de los coeficientes del Alfa de Crombrach	14
Tabla 3	Distribución de frecuencia de la variable Clima Organizacional	16
Tabla 4	Niveles de Comunicación en la empresa Alcon Pharmaceutil del Peru SA.	17
Tabla 5	Niveles de Evaluación en la empresa Alcon Pharmaceutil del Peru SA.	18
Tabla 6	Distribución de frecuencia de la variable Satisfacción al Cliente	19
Tabla 7	Niveles de Satisfacción de la empresa Alcon Pharmaceutil del Peru SA.	20
Tabla 8	Niveles de cumplimiento de expectativas de la empresa Alcon Pharmaceutil del Peru SA.	21
Tabla 9	Niveles de atenciones recibidas en la empresa Alcon Pharmaceutil del Peru SA.	22
Tabla 10	Pruebas de normalidad	23
Tabla 11	Cuadro de coeficiente de correlación	24
Tabla 12	Información inferencial de la hipótesis general	25
Tabla 13	Correlación de la variable Clima organizacional con la dimensión Niveles de satisfacción.	26
Tabla 14	Correlación de la variable Clima organizacional con la dimensión Cumplimiento de expectativas.	27
Tabla 15	Correlación de la variable Clima organizacional con la dimensión atenciones recibida.	28

## Índice de Figuras

Figuras 1	Porcentaje de Clima Organización en la empresa Alcon Pharmaceutical del Peru	16
Figuras 2	<i>Porcentaje de Comunicación en Alcon Pharmaceutical del Peru.</i>	17
Figuras 3	Porcentaje de Evaluación en la empresa Alcon Pharmaceutical del Peru.	18
Figuras 4	<i>Porcentaje de Satisfacción del Cliente en la empresa Alcon Pharmaceutical de Peru SA.</i>	19
Figuras 5	<i>Porcentaje de Niveles de Satisfacción del Cliente en la empresa Alcon Pharmaceutical de Peru SA.</i>	20
Figuras 6	<i>Porcentaje de Cumplimiento de expectativas en la empresa Alcon Pharmaceutical de Peru SA</i>	21
Figuras 7	<i>Porcentaje de Atenciones recibidas en la empresa Alcon Pharmaceutical de Peru SA.</i>	22

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación del clima organizacional y la satisfacción del cliente en la empresa Alcon Phamaceutical del Perú S.A. San Isidro Lima 2020. La metodología que se utilizó fue Hipotético deductivo, Nivel descriptivo correlacional, de tipo aplicada y diseño no experimental de corte transversal, como técnica se utilizó la encuesta y como instrumento se aplicó cuestionario a través de 15 preguntas de escala ordinal. Se buscó medir el clima organizacional, así como la satisfacción del cliente. Del 100% de los clientes encuestados los resultados arrojaron que un 41.5% respondieron que casi siempre es adecuado su clima organizacional y con respecto a la satisfacción al cliente los resultados arrojaron que un 42.8% respondieron que casi nunca es adecuado la satisfacción del cliente. Corroborando que, si existe relación entre las dos variables de estudio con un coeficiente de correlación de 0.196, lo cual indica que es una relación positiva muy baja.

**Palabras Clave:** Clima organizacional y Satisfacción del cliente

## **ABSTRACT**

This research aimed to determine the relationship of the organizational climate and customer satisfaction in the company Alcon Phamaceutical del Perú S.A. San Isidro Lima 2020. The methodology used was deductive hypothetical, correlational descriptive level, applied type and non-experimental cross-sectional design, the survey was used as a technique and a questionnaire was applied as an instrument using 15 ordinal scale questions. We sought to measure the organizational climate, as well as customer satisfaction. Of the 100% of the clients surveyed, the results showed that 41.5% responded that their organizational climate is almost always adequate and with respect to customer satisfaction, the results showed that 42.8% responded that customer satisfaction is almost never adequate. Corroborating that, if there is a relationship between the two study variables with a correlation coefficient of 0.196, which indicates that it is a very low positive relationship.

**Keywords:** Organizational Climate and Customer Satisfaction



## I. INTRODUCCIÓN

En esta investigación se analizó la realidad problemática en la misma que se vio el problema a nivel internacional, con respecto a la industria farmacéutica considerado un sector económico importante a nivel mundial debido a la fabricación, preparación y comercialización de productos medicinales, para que millones de personas puedan seguir con sus necesidades tanto de tratamiento o para la prevención; sin embargo en este año 2020 existe un problema viral que ha afectado a todo el sistema económico mundial, este virus es conocida como el Covid -19, dicha enfermedad ha afectado la economía a nivel global que ha causado que las empresas entren en recesión, perjudicando sobre todo a las micro y pequeñas empresas, cerrando todos los servicios, por el contagio masivo de esta enfermedad, la mayoría de países han decretado estado de emergencia, y esto sin lugar a duda ha generado problemas económicos a todas las organizaciones tanto nacionales como internacionales. Este sector farmacéutico se encuentro en continuo crecimiento y se caracterizó por una competencia oligopólica en la que 25 empresas controlaron cerca del 50% del mercado mundial. Entre ellas se encuentra Alcon Pharmaceutical Ecuador que mostraba problemas con la satisfacción de los clientes, es por eso que buscando brindar mayor calidad de servicio se crea el área de reclamos, este proceso permitirá tener ideas de manera clara lo que se reclama, esto constituye un primer punto, la identificación del problema con el objetivo de mejorarlo. Asimismo, en cuanto a la satisfacción, para realizar la medición, se realizó estudios paulatinos para analizar la satisfacción y no esperar que existan reclamos. A nivel nacional Alcón Pharmaceutical de Perú S.A. tiene como competencias a los laboratorios Sophia en la parte Farmacéutica y laboratorios Quirúrgico Amo S.A.C en la parte Quirúrgica ambos cuentan con productos similares pero de menor calidad, están empresas muestran dificultades a la hora de satisfacer al cliente por problemas en la entrega de sus productos o la mala calidad de sus insumos pero optan por usar técnicas poco recomendables para no perder una venta o una licitación bajando sus precios o entregando sus productos sin preocuparse de la calidad de entrega. A nivel local Alcon Pharmaceutical del

Perú S.A. es una empresa dedicada a mejorar la salud visual, y enfocada en que los clientes se sientan bien atendidos con un servicio ideal, pero su clima organizacional se está viendo afectado por el mal liderazgo ya que algunas áreas están más cargadas de trabajo que otras y eso ocasiona conflictos entre ellos porque se retrasan los procesos, no hay trabajo en equipo, porque no logran tener una comunicación adecuada, la falta de personal en distintas áreas hace que se retrase el pedido causando malestar a los clientes. Es por eso por lo que proponemos como método de solución a los problemas empezar a capacitar, motivar y concientizar a los trabajadores que están brindando un servicio para que los clientes mejoren su calidad de vida. Y contar que el estado brinde a las empresas el apoyo económico para reiniciar las labores empresariales. El problema general fue: ¿Qué relación existe entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en Alcon Pharmaceutical del Perú S.A.- San Isidro-Lima 2020? y los problemas específicos: a) ¿Qué relación existe entre el clima organizacional y el cumplimiento de expectativas del cliente en Alcon Pharmaceutical del Perú S.A., San Isidro -Lima 2020? b) ¿Qué relación existe entre el clima organizacional y los niveles de satisfacción del cliente en Alcon Pharmaceutical del Perú S.A., San Isidro -Lima 2020? c) ¿Qué relación existe entre el clima organizacional y la atención que recibe el cliente de la empresa Alcon Pharmaceutical del Perú S.A., San Isidro -Lima 2020? La justificación se consideró tres puntos importantes, la primera la Justificación teórica, en este estudio se busca analizar las bases teóricas de las variables de forma clara y concreta con la información que se ha tomado de diversos autores garantizando un conocimiento pleno de lo que se pretende explicar. Luego la justificación metodológica se considera un tipo de investigación aplicada, diseño transversal, no experimental y el instrumento un cuestionario que será aplicado a una muestra de 169 clientes los mismos que se procesarán en el programa estadístico SPSS-26 para los resultados descriptivos e inferencial y finalmente la justificación práctica los resultados de esta investigación permitirá que los directivos de la empresa puedan tomar medidas o acciones para mejorar los servicios y el ambiente laboral de la empresa. Como Objetivo General se planteó: Determinar la relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en Alcon Pharmaceutical del

Perú S.A., San Isidro -Lima 2020.Objetivos específicos: a) Determinar la relación entre el clima organizacional y el cumplimiento de expectativas del cliente en Alcón Pharmaceutical del Perú S.A. San Isidro -Lima 2020. b) Determinar la relación entre el clima organizacional y los niveles de satisfacción del cliente en Alcon Pharmaceutical del Perú S.A. San Isidro -Lima 2020. c) Determinar la relación entre el clima organizacional y la atención recibida del cliente en Alcón Pharmaceutical del Perú S.A. San Isidro -Lima 2020. Finalmente consideraremos las Hipótesis general: Existe relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en Alcón Pharmaceutical del Perú S.A., San Isidro -Lima 2020, Asimismo se establecieron hipótesis específica: a) Existe relación entre el clima organizacional y los niveles de satisfacción de la empresa Alcón Pharmaceutical del Perú S.A., San Isidro -Lima 2020.b) Existe relación entre el clima organizacional y el cumplimiento de expectativas en Alcón Pharmaceutical del Perú S.A., San Isidro -Lima 2020 c)Existe relación entre el clima organizacional y la atención recibida en Alcon Pharmaceutical del Perú S.A., San Isidro -Lima 2020.

## II. MARCO TEÓRICO

Para los trabajos previos internacionales con la variable clima organizacional se consideró a: Sotelo y Figueroa (2017) El artículo científico, tuvo como objetivo analizar las variables clima organizacional y la calidad en el servicio utilizando un modelo lineal. La metodología de encuesta tipo cuestionario, la técnica usada fue la estadística de regresión lineal simple, muestra de 28 docente y 24 administrativos. El resultado fue que existe una correlación entre sus variables siendo estas positivas. En esta misma línea de investigación del Valle Chirinos, Meriño y Martínez (2018) En su artículo detalla que su objetivo fue analizar el clima organizacional en el emprendimiento sostenible, para identificar la influencia que recibe el ambiente laboral. Método usado; cuantitativo, descriptiva, transaccional, instrumento cuestionario autoadministrado en escala de Likert, muestra de 63 sujetos. Los resultados indican que la variable clima organizacional es de nivel bajo, lo que influye de manera negativa al desarrollo de los trabajadores. Concluye que los trabajadores están insatisfechos con el clima organizacional de la empresa. Así también para Pupo, Velásquez y Tamayo (2018) En su artículo científico tuvo como objetivo el impacto de los factores externos en el clima organizacional, su metodología fue la con muestra de 186, 194 y 159. El instrumento tipo cuestionario analizado mediante el programa estadístico SPSS y se obtuvieron los siguientes resultados, cuanto más incierto será el ambiente en el que se realizan las actividades empresariales la percepción del clima organizacional será desfavorable y es totalmente diferente cuando las empresas cuentan con un entorno estable el clima organizacional es positivo. También se considera a Montoya, Beiiio, Bermúdez, Burgos, Fuentealba y Padilla (2017) Su artículo científico cuyo objetivo fue determinar la relación entre satisfacción laboral y clima organizacional de maestros y administrativos cuyo método fue cuantitativo, correlacional, con una muestra de 166 empleados. Aplicándose un cuestionario para ambas variables. Los resultados fueron un porcentaje considerable de los 95% docentes y 90,6 administrativos se sentían satisfechos en la labor que realizan y para clima organizacional se encontró que para los docentes un 80% y Administrativos 72.7% consideran que existe un alto nivel. La parte inferencial de la estadística

corresponde a que existe una correlación entre sus variables lo que corresponde para docentes  $r=0.523$   $p < 0.001$  y para la parte administrativa  $r=0.468$ ;  $p < 0.001$ . Por lo que se concluye existe una percepción alta en el clima organizacional la que se asocia a un mayor nivel de satisfacción laboral de los maestros y los administrativos. Para la variable satisfacción al cliente consideramos a Nápoles, Tamayo y Moreno (2020) Cuyo objetivo fue analizar la medición y mejora de la satisfacción del cliente interno en instituciones universitarias, la metodología análisis documental, observación, entrevista, encuesta que usaron instrumentos para realizar medición, métodos estadísticos y matemáticos. los resultados fueron: posibilidad de conocer a los clientes si realizar mejores atenciones para su satisfacción, para la evaluación se usó indicador que permite medir la SCI de cada servicio. Considerando este mismo tema Stegganell, Arteta y Noda (2017) En el artículo científico tuvo como objetivo analizar la satisfacción del cliente interno en pequeñas y medianas empresas, su metodología de tipo exploratoria descriptivo, cuantitativa, se usó el instrumento de encuesta para los clientes y expertos. muestra 17 sujetos y los resultados muestras que la satisfacción del cliente se proyectó a través de la calidad percibida generando una calidad de servicio y a su vez la satisfacción. Zans (2017) En presente tesis se tuvo como objetivo describir el clima organización, identificar el desempeño laboral y evaluar la relación entre sus dos variables. Para la metodología, tuvo un enfoque cuantitativo – cualitativo, el tipo fue descriptivo explicativo, la muestra fue de 59 individuos. El instrumento fue cuestionario y ficha de observación, los resultados fueron: para la variable clima organizacional la mayor medida fue el optimismo y de menor medida la euforia, entusiasmo, frialdad y distanciamiento. El clima organizacional incide sobre el desempeño laboral. En esta misma línea investigativa Chacón (2015) Indica que su objetivo fue análisis de los factores que afectan el clima organizacional. La metodología fue de un tipo descriptivo, la muestra fue de 57 sujetos administrativo y 49 operativo. El instrumento fue encuesta. Con resultado el clima organizacional es favorable de manera general. Asimismo, para López (2018) En su tesis indica que el objetivo fue establecer la relación de la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes el método utilizado fue de un enfoque mixto,

modelo Servqual instrumento encuesta. la muestra de 365 y tuvieron los siguientes resultados satisfacción de las dimensiones respuesta inmediata y empatía, existencia de correlación positiva para sus variables de estudio. Asimismo, se realiza una investigación cualitativa para obtener mayor información y se encontró falta de capacitación y motivación de la empresa a los trabajadores. Finalmente, para Antúnez (2015) Manifiesta en su tesis que el objetivo fue exponer el clima organizacional como factor clave para mejorar el rendimiento laboral de los empleados. Para la metodología tenemos el tipo descriptiva, muestra de 30 participantes, el instrumento que se uso fue tipo cuestionario y se obtuvieron como resultado que los sujetos evaluados están en parte motivados a pesar de que tienen los equipos necesarios, pero el problema económico y su baja remuneración no se encuentra satisfechos. En cuanto a los Trabajos previos nacionales estos son: Salas (2017) en su investigación su objetivo fue determinar la relación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral en instituciones de salud pública. El método usado fue un enfoque cuantitativo, básica, diseño No Experimental/transversal/Correlacional de sus variables. Con una muestra de 200 sujetos. El instrumento usado fue encuesta tipo cuestionario a sus variables, los instrumentos fueron validados con resultado positivo de 0.894 para la primera variable y 0.822 para la segunda variable. Una vez aplicada el cuestionario se obtuvieron los siguientes resultados. La existencia de una relación significativa entre sus variables en la que se obtuvo el  $r=0.877$  y Sig. 0.000, estos valores así lo definen. En la misma línea de investigación para Murga (2017) este determino la influencia del clima organizacional en el desempeño laboral de Distribuidora Perufarma. cuyo método fue correlacional causal, el instrumento para medir sus dos variables, la muestra fue de 31 sujetos, después de la aplicación del instrumento, se obtuvieron los siguientes resultados para Clima Organizacional: favorable contó con un 64.5%, Muy favorable un 35.4%. Para desempeño Laboral: Bueno un 51.6% y Promedio 48.4%. El estudio instrumental arroja que las variables en estudia influye significativamente pues se encontró que el Chi cuadrado fue de 7.630 con un valor P. 0.0006 menor que  $< 0.05$ . También se encuentra al autor Pineda (2017) en su estudio, cuyo objetivo fue determinar la relación entre el clima laboral y el compromiso

organizacional. El método que se realizó es No experimental, correlacional, con corte transversal, La población fue 84 personas del hospital estudiado y teniendo como muestra el muestreo probabilístico por conveniencia. después de su aplicación se obtuvieron los siguientes resultados: Para la variable independiente obtuvo un nivel medio de 82.1%, sus dimensiones relaciones 82.1%, estabilidad 67.9% y Autorrealización 56% todos se encuentran en un nivel medio. En cuanto a la variable dependiente compromiso organizacional el nivel fue de 61.9% nivel promedio, en cuanto a sus dimensiones afectivo 64.3%, Continuo 63.1%, Normativo 63.1% todos están considerados en nivel promedio. En cuanto a la correlación se encontró que no existe una relación entre sus variables. Por lo tanto, se acepta la hipótesis nula en la que menciona que no existe relación entre sus variables de estudio. Así mismo, para Chahuilla (2019) este estudio tuvo el objetivo de determinar del grado de satisfacción de los clientes del super mercado de Plaza Vea. Para la parte metodológica se utilizó el tipo traseccional aplicada, tipo social, descriptivo, No experimental, explicativo, para este estudio se utilizó dos muestras y dos mediciones, la población de individuos de 18 a 70 años de ambos sexos de Huancayo, que acuden a Plaza vea de esa zona, para lo que se consideró 150 personas. El instrumento usado fue para medir satisfacción de cliente, una vez aplicada este cuestionario se obtuvieron los siguientes resultados: los clientes están satisfechos con la atención que brinda el supermercado para el año 2020 un 22.85% y el año 2018 40.81%. El autor Díaz (2018) Indica en la tesis que el objetivo fue determinar la relación que existe entre capacitación de personal y satisfacción al cliente. La metodología fue aplicada, los sujetos considerados fueron de 80 para trabajadores y 80 para clientes, para tener relación entre sus variables. El instrumento que se utilizó fue cuestionario para ambas variables, una vez aplicada este instrumento se obtuvieron los siguientes resultados: para hallar la correlación se utilizó el programa estadístico SPSS mediante el Rho Spearman en la que se encontró que la Sig. 0.05, por lo que se puede aceptar la hipótesis alterna que dice que existe una relación significativa entre sus variables. Para Jiménez (2020) En su investigación indica su objetivo fue establecer la relación que existe entre sus variables, la metodología fue de tipo cuantitativo, no experimental, para la

muestra se consideró a 140 usuarios de Mibanco, una vez aplicado el instrumento se obtuvo lo siguiente; satisfechos un 58.6%, para la calidad de servicio es mala, los clientes están insatisfechos un 20.7%, estos resultados permitieron realizar la correlación mediante el método de Rho de Spearman en la que se obtuvo un valor positivo de 0.912 considerado un valor alto y fuerte y la Sig. Bilateral de 0.000 lo que indica que existe una relación significativa entre sus variables. Asimismo, para Escobar (2019) La presente investigación tuvo como objetivo general describir la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa de transportes y servicios múltiples gloria S.A.C., Ate 2019 la metodología fue no Experimental, de corte transversal y correlacional. La población estuvo conformada por 171 Clientes de la empresa de transportes y servicios múltiples gloria S.A.C., Ate 2019. La encuesta se realizó por conveniencia, pues los clientes fueron seleccionados por ser alcanzables y fáciles de encuestar considerando a la vez los criterios de inclusión y exclusión. La técnica que se utilizó fue la encuesta. El instrumento utilizado fue el cuestionario, el cual obtuvo un alfa de Cronbach de 0.911, lo cual significa una fuerte confiabilidad estadística, y una validación de contenido del 84% por parte de los expertos, el resultado fue que existe una relación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente; es decir que ante la presencia de un buen servicio se da un alto nivel de satisfacción del cliente, se contempla que el coeficiente es significativo estadística. Al 0.00, además la magnitud del coeficiente es alta (0.700), denotando además una relación positiva considerable, quedando confirmado con la significativa estadística. Así también para Soriano (2020) La investigación se propuso analizar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Se utilizó encuesta y entrevistas para clientes externos para medir la calidad de servicio y para el nivel de satisfacción se utilizó el cuestionario SERVQUAL para que entre ambas herramientas se puedan diferenciar de la percepción y la expectativa de los clientes en sus variables de estudio. Los resultados de ambos instrumentos mediante el Rho Spearman demuestran que se apreció que la calidad de servicio que es la variable independiente impacta sobre la variable dependiente satisfacción del cliente de manera positiva. Torres y Zegarra (2015) En su artículo científico la



metodología fue de tipo básica, no experimental, post facto cuantitativo, probabilístico estratificado la muestra de 133 docente y su instrumento fue cuestionario se realizó el estadígrafo de  $r$  Pearson y  $t$  de Student para hallar correlaciones los resultados fueron que la significancia fue del 5% por lo tanto existe una directa y positiva fuerte ( $r= 0.828$ ) y significancia de ( $t=16.90$ ) y se establecer que a mejor clima organización existirá un mejor desempeño laboral. Finalmente, Bendezu (2020) En su artículo científico su objetivo fue determinar la relación entre la gestión del talento humano y la satisfacción, la metodología fue descriptiva correlacional, el instrumento fue la Escala de satisfacción SL/SPC y la muestra fue de 18 docentes y 6 administrativos, los resultados fueron que existe una correlación significativa entre sus variables por alcanzar un nivel de 0.892 lo que corresponde a una correlación fuerte. En cuanto a las Teorías relacionadas al tema; primero se analizará la Variable 1: Clima Organizacional según Chiavenato (2009), Señala que “esta variable está vinculada a los elementos de su organización y que está relacionada a la motivación entre los trabajadores considerando de manera especial las etapas de la motivación dentro el ambiente laboral. Por lo tanto, se considera favorable cuando la empresa logra tener empleados satisfecho puesto que ayuda o mejora la moral del equipo de trabajo, y tiene resultados contrarios cuando la empresa no logra satisfacer esas necesidades.” (p.86) Respecto a porque es importante el C.O. Brunet L (2002) Menciona que: “El clima influye de manera global en los valores, creencias y actitudes que por su naturaleza se transforman en los elementos del clima organizacional” es en este contexto que para esta variable es importante que los líderes de la empresa tengan las cualidades pertinentes para diagnosticar y analizar al menos tres puntos importantes; La evaluación de los problemas, conocer los motivos de la insatisfacción o estrés que ataca a los trabajadores con actos negativos al interior de la organización y finalmente iniciar un cambio que el líder realice con puntos específicos en los cuales se enfrasque el administrador para ejercer un soporte de control en realizar tareas o actividades de manera eficaz.(p.-106) EL C.O. maneja 6 dimensiones, para Litwin y Stringer (2000) La estructura: Que considera las obligaciones, normas, políticas, reglas al interior de la empresa. Responsabilidad: Consideran la capacidad de sus

trabajadores y el desempeño ante sus labores de manera favorable sin requerir mucha supervisión. El Pago: Cuando se cumplen las metas y objetivos los pagos prometidos deben ser entregados sin dilación. Riesgo y toma de decisión: la percepción a la hora de encontrarse en ese momento para tomar decisiones que permitan resolver el problema y adoptar decisiones. Apoyo: La importancia de sentirse apoyado dentro del ámbito laboral al realizar las tareas y actividades asignadas. Tolerar el conflicto: es el nivel de tolerancia al conflicto dentro de las organizaciones (p.103) Otro punto que se considera es la Comunicación para Ayón (2006) argumenta que: “comunicarse dentro de una institución es de mucha importancia, y ayuda para que el trabajo en equipo sea el mejor, siendo ideal para tener un ambiente laboral en armonía evitando los malos entendidos para poder lograr resultados mejores, por lo tanto esto ayudara a que exista una buena productividad y brinda que las instituciones se vuelvan más sólidas y fuertes para seguir creciendo” (p. 16-17). Para realizar la medición de esta variable se considera a Montalbán (2003) quien menciona que todas las empresas tienen problemas de menor envergadura y para estos casos se puede realizar un tipo de estudio más sencillo o intuitivo, pero si la empresa tiene problemas más sustanciales es importante profundizar en un estudio para analizar que ocurre y que se puede hacer y para esto se puede recurrir al personal calificado profesionalmente para atender estas necesidades. Estas dos opciones o técnicas que se pueden aplicar son Focus groups y encuestas del clima. (p.26) A continuación, se analizará la variable 2, satisfacción del cliente, según Kotler (2009) este se define “la atención que se le brinda a una persona y como esta se siente ante la atención que se le ha brindado por determinado servicio o producto”, por lo tanto cuando un cliente es atendido percibe al menos algún sentimiento que pueden ser, Insatisfacción: que resulta cuando el producto que adquiere no cubre las necesidades o las expectativas de la persona. Satisfacción: Es cuando la persona adquiere un producto y satisface sus necesidades o expectativas. Complacencia: Cuando se adquiere determinado producto o servicio y este excede las expectativas o necesidades del cliente. Asimismo algo que es considerado son los principios de la satisfacción del cliente, para Ramiro (2001) explica que estos principios funcionan según

como se encuentra el clientes ante la atención que se le brinda, al menos existen dos: 1) El cliente siente que es escuchado y atendido a través de varias formas 2) El actuar de inmediato como consecuencia de lo que se ha escuchado. Algo importante también es el Cumplimiento de expectativas como primer punto tocaremos la confiabilidad, para Zeithman, Valerie y Bitner (2002) “una persona es confiable cuando tiene la capacidad para desarrollarse en determinada área asignada de manera precisa y segura, esto se relaciona en que la empresa brinda atención a las promesas que menciona, el servicio, la solución de problemas, precios y ofertas” (p.45). El segundo punto es la Validez. Según Méndez, C. (2001) Considerado como un proceso para obtener información mediante cuestionarios para evidenciar sus inquietudes, para esto es necesario realizar un estudio empírico y recolectar información pertinente (P. 32). El tercer punto lealtad, para Pintado (2007) este punto se mide en el grado que la persona se siente dentro de la empresa y su manera de participación es positiva y desea seguir trabajando en ella también se relaciona con un fuerte vínculo emocional entre el cliente y la marca, y se centra en predecir el comportamiento y las actitudes futuras de los clientes. Y finalmente el cuarto punto es la Atención recibida. Según Kotler, P. (2009). es cuando la persona tiene la capacidad de percibir los objetivos y metas y las considera como propias. La psicología muestra que la atención recibida es única pues la persona es capaz de atribuir un sinnúmero de puntos para garantizar lo que se le ha asignado. (p.20-23)

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

El tipo de la investigación es aplicada porque busca resolver los problemas para poder definir las estrategias de solución. Según Giroux y Tremblay (2004), menciona que “La investigación aplicada trata de estudiar los problemas específicos, con sus objetivos para proponer determinada acción y reducir o minimizar de manera eficaz una situación presentada”. El diseño de investigación es no experimental de corte transversal. Según Hernández (2001), es transversal porque recolecta datos en un solo instante, en tiempos únicos. Además para Kerlinger (2001) considera que: “Una investigación No Experimental se considera al estudio que no manipula sus variables o predetermina la muestra mediante una condición, por el contrario es libre y se aplica una sola vez”. En cuanto al nivel el que corresponde es el Descriptivo Según Hernández. (2003). Es descriptiva porque especifica las propiedades importantes de las variables y sus elementos (p.-60) Correlacional, Según Hernández (2003), “Es la correlación que existe entre sus variables, para poder identificar o conocer si una variable influye o se relaciona con la otra y a qué nivel” (p.63)

#### 3.2. Variables y Operacionalización

##### Variable 1

Clima Organizacional

- Comunicación
- Responsabilidad

##### Variable 2

Satisfacción del Cliente

- Niveles de satisfacción
- Cumplimiento de expectativas
- Atenciones recibidas

### 3.3. Población:

Cuando nos referimos a población son los sujetos que la conforman en este caso son los clientes de la empresa Alcon Pharmaceutical del Perú San Isidro-2020, que aproximadamente son 300 clientes. Con respecto a la muestra para Tamayo (1997) considera que: “Es son sujetos seleccionados que se toma de la población general para realizar estudios” (p.38)

Datos:

Población (N)	= 300
Confiabilidad nivel	= 1.96
Error permitido (e)	= 5%
Aceptación porcentaje (p)	= 50%
No aceptación porcentaje (q)	= 5%

$$n = \frac{Z^2 * N * (p) (q)}{e^2 (N-1) + (Z)^2 * (p) (q)}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 300 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 (300 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 169 \text{ Clientes}$$

En este sentido se há calculado una muestra probabilística de 169 clientes mediante el muestreo aleatorio simple.

### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

La técnica es la encuesta; el instrumento es un cuestionario de 15 preguntas con respuestas de escala ordinal y de alternativas politómica, en la escala de Likert, por tratarse de un instrumento creado por el autor de esta tesis es que se procedió a realizar la validez mediante juicio de expertos, teniendo los siguientes resultados.

**Tabla 1.***Juicio de Expertos*

<b>N°</b>	<b>Experto</b>	<b>Calificación instrumentos</b>	<b>Especialidad</b>
1	Dr. Narciso Fernandez Saucedo	Aplicable	Investigador
2	Dr. Pedro Costilla Castilla	Aplicable	Investigador
3	Dr. Edith Morales Domínguez	Aplicable	Investigador

Asimismo, para comprobar el nivel de confiabilidad del instrumento, se desarrolló un trabajo piloto, tomando como muestra 30 individuos escogidos al azar a quienes se le administro el instrumento referido y luego de su calificación se aplicó el coeficiente Alfa de Conbach. Y el índice alcanzado fue de 0.861, validando de esta manera los 15 ítems considerándolo con una buena confiabilidad de acuerdo con el coeficiente de correlación.

George y Mallery (2018) Indican lo siguiente para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

**Tabla 2.***Medidas para evaluar valores de los coeficientes del Alfa de Crombrach*

<b>Valor</b>	<b>Nivel</b>
.9 > Coeficiente Alfa	Excelente
.8 > Coeficiente Alfa	Bueno
.7 > Coeficiente Alfa	Aceptable
.6 > Coeficiente Alfa	Cuestionable
.5 > Coeficiente Alfa	Pobre

En este caso el nivel logrado para el Coeficiente de Alfa es de 8.61 lo que indica un nivel Bueno para su aplicación total.

### **3.5 Procedimiento**

Se elaboro el cuestionario donde se explica la forma en que se tiene que considerar sus respuestas para que las personas se sientan libres de contestar según crean conveniente. Para poder realizar estos procedimientos contamos con la aceptación de la empresa, la misma que está sustentada por un documento adjuntado en los anexos. Este procedimiento se realizará de manera on-line para la aplicación del instrumento y obtener resultados.

### **3.5. Métodos de análisis de datos.**

Los resultados obtenidos del SPSS-26 permitieron analizar a través de la estadística descriptiva las tablas, cuadros y gráficos. Así también se utilizó la estadística inferencial para analizar los resultados y obtener las conclusiones.

### **3.7 Aspectos éticos**

En la investigación se respetó el contenido teórico sea nacional e internacional que se consideró para este trabajo ya que se encuentra en la bibliografía respetando el derecho de autor. Se puede observar que la investigación es competente para realizar el tipo de estudio, en la que se considera a las personas que responderán el cuestionario de manera anónima, garantizando el aspecto ético del estudio.

## IV. RESULTADOS

### Estadística Descriptiva

**Tabla 3.**

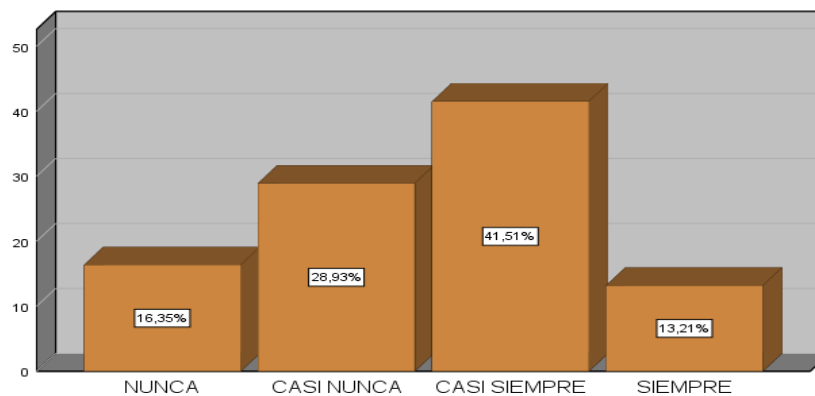
*Distribución de frecuencia de la variable Clima Organizacional*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	NUNCA	26	16,4
	CASI NUNCA	46	28,9
	CASI SIEMPRE	66	41,5
	SIEMPRE	21	13,2
	Total	159	100,0

*Fuente: Elaboración propia.*

**Figura 1.**

*Porcentaje de Clima Organización en la empresa Alcon Pharmaceutical del Peru.*



Fuente: Programa IBM.Statistical Package for the Social Sciences 26 (SPSS-26)

Interpretación: De los resultados de la tabla 3 y figura 1 se aprecia que el 41.5 % de Alcon Pharmaceutical del Peru SA califica que casi siempre su clima organizacional es adecuado, mientras que el 28.9% lo considera como casi nunca, el 16.3% nunca, y solo el 13.2% tiene como resultado que su clima organizacional siempre es bueno.



**Tabla 4.**

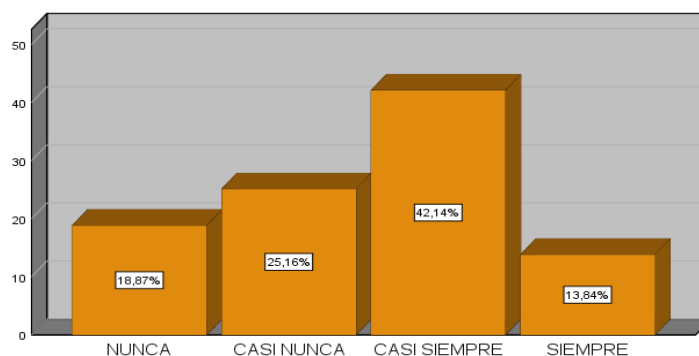
*Niveles de Comunicación en la empresa Alcon Pharmaceutil del Peru SA.*

	Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	30	18,9
CASI NUNCA	40	25,2
Válido CASI SIEMPRE	67	42,1
SIEMPRE	22	13,8
Total	159	100,0

*Fuente: Elaboración propia*

**Figura 2.**

*Porcentaje de Comunicación en Alcon Pharmaceutical del Peru.*



Fuente: Programa IBM.Statistical Packege for the Social Sciences 26 (SPSS-26)

Interpretación: De las concusiones de la tabla 4 y figura 2 se aprecia que el 42.1% califica que casi siempre la comunicación en Alcon Pharmaceutical del Peru SA es adecuada, mientras que solo 25,1% las considera como casi nunca, Además se aprecia que un 18.8% nunca y solo un 13% califica que siempre la comunicación es adecuada.

**Tabla 5.**

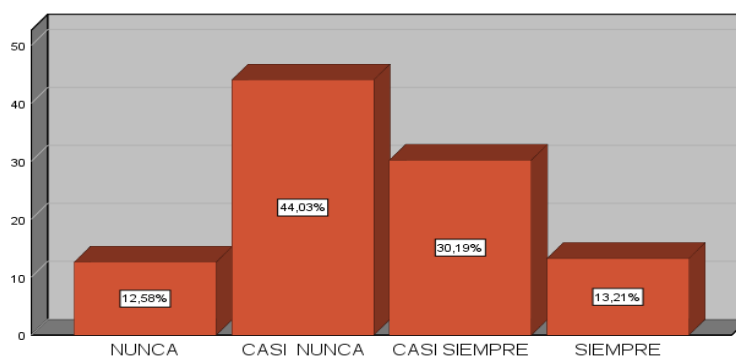
*Niveles de Evaluación en la empresa Alcon Pharmaceutil del Peru SA.*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	NUNCA	20	12,6
	CASI NUNCA	70	44,0
	CASI SIEMPRE	48	30,2
	SIEMPRE	21	13,2
	Total	159	100,0

*Fuente: Elaboración propia*

**Figura 3.**

*Porcentaje de Evaluación en la empresa Alcon Pharmaceutical del Peru.*



Fuente: Programa IBM.Statistical Packege for the Social Sciences 26 (SPSS-26)

Interpretación: De los resultados de la tabla 5 y figura 3 se aprecia que el 44.03% califica que casi nunca la evaluación de Alcon Phaceutical del Peru SA. Es adecuada mientras que un 30.1% que casi siempre, Además se aprecia un 12.5% lo considera como nunca y solo un 13% considera que la evaluación siempre es buena.

**Tabla 6.**

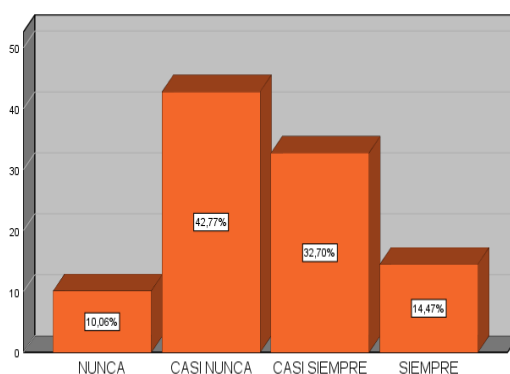
Distribución de frecuencia de la variable Satisfacción al Cliente.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	NUNCA	16	10,1
	CASI NUNCA	68	42,8
	CASI SIEMPRE	52	32,7
	SIEMPRE	23	14,5
	Total	159	100,0

Fuente: Elaboración propia

**Figura 4.**

Porcentaje de Satisfacción del Cliente en la empresa Alcon Pharmaceutical de Peru SA.



Fuente: Programa IBM.Statistical Package for the Social Sciences 26 (SPSS-26)

Interpretación: De las deducciones de la tabla 6 y figura 4 se aprecia que el 42.7% califica que casi nunca es adecuada la Satisfacción del Cliente en la empresa Alcon Pharmaceutical de Peru SA. mientras que un 32.7% considera que casi siempre es adecuada la satisfacción al cliente. Además, se aprecia que un 10% considera que nunca y un 14.4% como siempre.

**Tabla 7.**

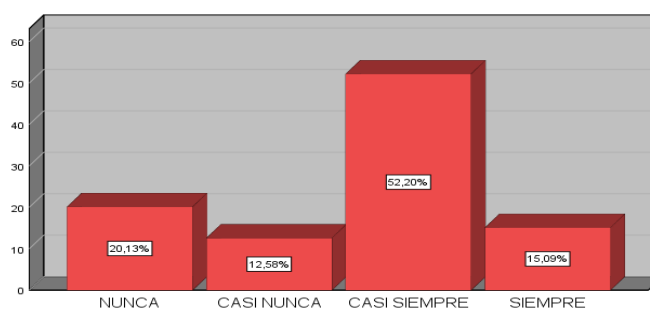
*Niveles de Satisfacción de la empresa Alcon Pharmaceutil del Peru SA.*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	NUNCA	32	20,1
	CASI NUNCA	20	12,6
	CASI SIEMPRE	83	52,2
	SIEMPRE	24	15,1
	Total	159	100,0

*Fuente: Elaboración propia*

**Figura 5.**

*Porcentaje de Niveles de Satisfacción del Cliente en la empresa Alcon Pharmaceutical de Peru SA.*



Fuente: Programa IBM.Statistical Packege for the Social Sciencias 26 (SPSS-26)

Interpretación: De los resultados de la tabla 7 y figura 5 se aprecia que el 52.2% califica que casi siempre es adecuado los niveles de Satisfacción del Cliente en Alcon Pharmaceutical de Peru SA. mientras que un 20.17% considera que nunca es adecuado los niveles de satisfacción. Además, se aprecia un 15% considera que siempre y un 12.5% como casi nunca.

**Tabla 8.**

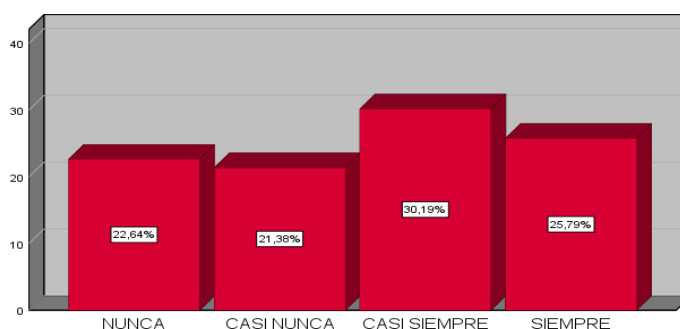
*Niveles de cumplimiento de expectativas de la empresa Alcon Pharmaceutil del Peru SA.*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	NUNCA	36	22,6
	CASI NUNCA	34	21,4
	CASI SIEMPRE	48	30,2
	SIEMPRE	41	25,8
	Total	159	100,0

*Fuente: Elaboración propia*

**Figura 6.**

*Porcentaje de Cumplimiento de expectativas en la empresa Alcon Pharmaceutical de Peru SA.*



Fuente: Programa IBM.Statistical Packege for the Social Sciences 26 (SPSS-26)

Interpretación: De los resultados de la tabla 8 y figura 6 se aprecia que el 30.1% califica que casi siempre es adecuado el cumplimiento de expectativas en la empresa Alcon Pharmaceutical de Peru SA. mientras que un 22.6% considera como nunca. Además, se aprecia un 25.7% considera que siempre y un 21.3% como casi nunca es adecuado el cumplimiento de expectativas.

**Tabla 9.**

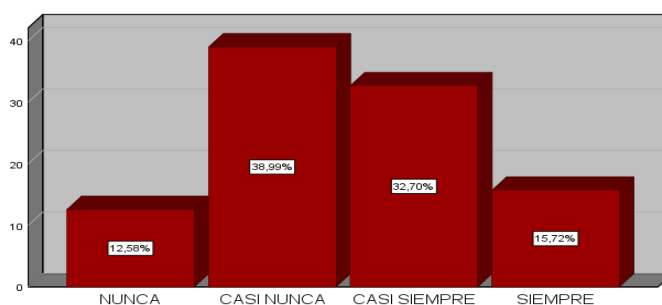
*Niveles de atenciones recibidas en la empresa Alcon Pharmaceutil del Peru SA.*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	NUNCA	20	12,6
	CASI NUNCA	62	39,0
	CASI SIEMPRE	52	32,7
	SIEMPRE	25	15,7
	Total	159	100,0

*Fuente: Elaboración propia*

**Figura 7.**

*Porcentaje de Atenciones recibidas en la empresa Alcon Pharmaceutical de Peru SA.*



Fuente: Programa IBM.Statistical Packege for the Social Sciences 26 (SPSS-26)

Interpretación: De los resultados de la tabla 9 y figura 7 se aprecia que el 39% califica que casi nunca es adecuada las atenciones recibidas en la empresa Alcon Pharmaceutical de Peru SA. mientras que un 32.7% considera que casi siempre. Además, se aprecia un 15.7% considera que siempre y un 12.5% como siempre son adecuadas las atenciones recibidas.

## Pruebas de normalidad

### Hipótesis de Normalidad

HO: La distribución de datos muestral es normal

H1: La distribución de datos muestral no es normal

Se comparó la significancia pre establecida de  $T= 0.05$  de acuerdo al 95% de nivel de confianza, con la significación determinada en la tabla de prueba de normalidad según la columna sig., tal como sigue a continuación:

Regla de decisión:

a) Si Sig.  $p < 0.05 \Rightarrow$  Rechazo HO

b) Si Sig.  $p > 0.05 \Rightarrow$  Acepto HO

Regla de Correspondencia:

a)  $N < 50$  entonces es Shapiro-Wilk

b)  $N > 50$  entonces es Kolmogorov-Smirnov

### Tabla 10.

#### *Pruebas de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístic		
	o	gl	Sig.
CLIMA	,248	159	,000
ORGANIZACIONAL (Agrupada)			
SATISFACCION AL CLIENTE (Agrupada)	,253	159	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Programa IBM. Statistical Package for the Social Sciences 26 (SPSS-26)

Interpretación: Según los resultados mostrados en la tabla 12. Se utilizó para comprobar la prueba de normalidad de datos el estadígrafo Kolmogorov-Smirnova ya que la muestra de la presente investigación es de 159 clientes, los resultados se aprecian que las variables de estudio tienen un valor de significancia ( $0.000 < 0.05$ ) según la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, la muestra no es una distribución normal, y el estadígrafo a usar en la contratación de mis hipótesis de este trabajo serán estadísticos no paramétricos.

## Análisis Estadístico Inferencial

Para interpretar el coeficiente de correlación utilizaremos la siguiente escala:

### Tabla 11.

*Cuadro de coeficiente de correlación.*

Para interpretar el coeficiente de correlación utilizamos la siguiente escala:

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta



## Estadística Inferencial

### Hipótesis general de la investigación

Ho: NO Existe relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente de la empresa Alcón Pharmaceutical del Perú S.A., San Isidro -Lima 2020

H1: Existe relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente de la empresa Alcón Pharmaceutical del Perú S.A., San Isidro -Lima 2020

**Tabla 12.**

*Información inferencial de la hipótesis general*

			CLIMA ORGANIZACIONAL (Agrupada)	SATISFACCIÓN AL CLIENTE (Agrupada)
Rho de CLIMA ORGANIZACIONAL (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,196*	
Spearman	Sig. (bilateral)	.	,014	
	N	159	159	
SATISFACCIÓN AL CLIENTE (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,196*	1,000	
	Sig. (bilateral)	,014	.	
	N	159	159	

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

Interpretación:

De acuerdo con los resultados del estadígrafo Rho de Spearman se observa que existe correlación positiva muy baja pero significativa entre la variable clima organizacional y satisfacción al cliente; en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

## Hipótesis Específicas 1

Ho: No Existe relación entre el clima organizacional y los niveles de satisfacción de la empresa Alcón Pharmaceutical del Perú S.A., San Isidro -Lima 2020.

H1: Existe relación entre el clima organizacional y los niveles de satisfacción de la empresa Alcón Pharmaceutical del Perú S.A., San Isidro -Lima 2020.

**Tabla 13.**

*Correlación de la variable Clima organizacional con la dimensión Niveles de satisfacción.*

			CLIMA ORGANIZACIONAL (Agrupada)	NIVELES DE SATISFACCIÓN (Agrupada)
Rho Spearman	de CLIMA ORGANIZACIONAL (Agrupada)	Coefficiente de correlación	de 1,000	,288**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	159	159
	NIVELES DE SATISFACCIÓN (Agrupada)	Coefficiente de correlación	de ,288**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	159	159

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

Interpretación:

De acuerdo con los hallazgos del estadígrafo Rho de Spearman el coeficiente de correlación de mi variable Clima Organizacional y la dimensión Niveles de satisfacción es positiva baja y es significativa por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

## Hipótesis Específicas 2

Ho: No Existe relación entre el clima organizacional y el cumplimiento de expectativas de la empresa Alcón Pharmaceutical del Perú S.A., San Isidro -Lima 2020

H1: Existe relación entre el clima organizacional y el cumplimiento de expectativas de la empresa Alcón Pharmaceutical del Perú S.A., San Isidro -Lima 2020

**Tabla 13.**

*Correlación de la variable Clima organizacional con la dimensión Cumplimiento de expectativas.*

			CLIMA ORGANIZACIONAL (Agrupada)	CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS (Agrupada)
Rho Spearman	de CLIMA ORGANIZACIONAL (Agrupada)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	de 1,000 . 159	,175* ,027 159
	CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS (Agrupada)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	de ,175* ,027 159	1,000 . 159

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

Interpretación:

De acuerdo con los resultados del estadígrafo Rho de Spearman el coeficiente de correlación de mi variable Clima Organizacional y la dimensión cumplimiento de expectativas su nivel es positiva muy baja y es significativa por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

### Hipótesis Específicas 3

Ho: No Existe relación entre el clima organizacional y la atención recibida de la empresa Alcon Pharmaceutical del Perú S.A., San Isidro -Lima 2020.

H1: Existe relación entre el clima organizacional y la atención recibida de la empresa Alcon Pharmaceutical del Perú S.A., San Isidro -Lima 2020.

**Tabla 15.**

*Correlación de la variable Clima organizacional con la dimensión atenciones recibida.*

		CLIMA ORGANIZACIONAL (Agrupada)		
		ATENCION RECIBIDAS (Agrupada)		
Rho Spearman	de CLIMA ORGANIZACIONAL (Agrupada)	Coeficiente de correlación	de 1,000	,205**
		Sig. (bilateral)	.	,010
		N	159	159
	de ATENCION RECIBIDAS (Agrupada)	Coeficiente de correlación	de ,205**	1,000
		Sig. (bilateral)	,010	.
		N	159	159

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

Interpretación: De acuerdo con los resultados del estadígrafo Rho de Spearman el coeficiente de correlación de mi variable Clima Organizacional y la dimensión atención recibida su nivel es positiva baja y es significativa por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

## **V. DISCUSIÓN**

### **Discusión por objetivos**

El objetivo general de la tesis fue determinar la relación que existe entre el Clima organizacional y la Satisfacción del cliente en Alcon Phamaceutical del Peru S.A. Ya que es una empresa grande y cuenta con muchos clientes por ende se busca saber si tiene relación para mejorar el clima organizacional. Este estudio tiene una semejanza con la tesis de Salas. (2017). Clima organizacional y satisfacción laboral en instituciones prestadoras salud, cuyo objetivo fue determinar si hay relación existente entre el clima organizacional y la satisfacción laboral en instituciones prestadoras de servicios. Presentando importante similitud señalando que existe relación significativa positiva entre ambas variables.

### **Discusión por metodología**

El nivel utilizado para la investigación fue descriptivo-correlacional, ya que se buscó describir cada una de las variables del estudio. Se tuvo como objetivo principal conocer si existe relación entre Clima organizacional y la Satisfacción al cliente en Alcon Pharmaceutical del Peru. S. A Lima-2020. Se trabajo con un diseño no experimental- transversal, de los antecedentes previos Sotelo y Figueroa (2017) El clima organizacional y su correlación con la calidad en el servicio en una institución de educación de nivel medio superior, tuvo como objetivo analizar las variables clima organizacional y la calidad en el servicio utilizando un modelo lineal. La metodología de encuesta tipo cuestionario, la técnica usada fue la estadística de regresión lineal simple, muestra de 28 docente y 24 administrativos. El resultado fue que existe una correlación entre sus variables siendo estas positivas. Se utilizaron metodologías diferentes pero la conclusión es que tiene resultados similares los 2 trabajos de investigación de acuerdo con los resultados.

## Discusión por resultados

Durante el desarrollo de la tesis se buscó obtener los mejores resultados para determinar la situación en la cual se encuentran los clientes referentes a los temas de satisfacción al cliente. La investigación realizó una prueba piloto con 30 personas y estuvo considerado por 15 preguntas así se conoció la confiabilidad del instrumento a utilizar. Después de constatar que el instrumento podría aplicarse se encuestó a la muestra total que fue de 169 clientes en Alcon Pharmaceutical de Peru SA Lima 2020. Se buscó medir el clima organizacional, así como la satisfacción del cliente. Del 100% de los clientes encuestados los resultados arrojaron que un 41.5% respondieron que casi siempre es adecuado su clima organizacional y con respecto a la satisfacción al cliente los resultados arrojaron que un 42.8% respondieron que casi nunca es adecuado la satisfacción del cliente. Corroborando que, si existe relación entre las dos variables de estudio con un coeficiente de correlación de 0.196, lo cual indica que es una relación positiva muy baja. Los resultados alcanzados tienen similitud con la tesis de Chahuilla (2019). Niveles de variación del grado de satisfacción de los clientes de Plaza vea donde se realizó una encuesta a un total de 150 clientes, con el fin de verificar si hay relación existente entre las variables y se concluyó que los clientes están satisfechos con respecto al servicio Retail del supermercado Plaza Vea con un porcentaje de 22.85% en el 2016 y en el 2018 de 40.81%. con estos resultados se puede verificar que existe relación directa entre las 2 variables con un índice de correlación Rho de Spearman de 0.659\*\*, con un Sig.(bilateral) de 0.000. De este modo se pudo concluir que es importante mantener un clima organizacional y una calidad de servicio adecuado para mantener a los clientes conformes y con una satisfacción al cliente aceptable.

## **Discusión por conclusión**

En la investigación presentada se llegó a la conclusión primordial que existe una relación positiva baja entre las variables clima organizacional y satisfacción al cliente en Alcon Pharmaceutical del Peru S.A. Obteniendo datos que nos sugieren que mejorando el clima organizacional se llegaría a obtener una satisfacción al cliente más adecuado. En concordancia con la tesis Pineda M. (2017). Clima laboral y compromiso organizacional en trabajadores del Hospital I Trujillo, se llega a la conclusión que el clima laboral y su compromiso organizacional tiene relación prácticamente nula entre sus variables y las dimensiones del clima laboral: relaciones, estabilidad y autorrealización. Por lo tanto, el clima laboral es importante para las empresas porque permite desarrollarse de manera adecuada con sus colaboradores, pero no afecta de manera concluyente a sus clientes.

## **Discusión por teorías**

En la investigación presentada se utilizó la teoría de Litwin y Sttringer (2000) donde indica que el clima organizacional reconoce 6 dimensiones: La estructura, La responsabilidad, El pago, El apoyo, Los riesgos -toma de decisiones y por último la tolerancia al conflicto. Esta teoría nos muestra las diferentes etapas del clima organizacional ayudando en la mejora de la organización. De acuerdo con los antecedentes previos la investigación que tiene semejanza fue la de Pineda (2017) "Clima laboral y compromiso organizacional en trabajadores del hospital la esperanza -Trujillo" utiliza la teoría de Likert (1971) quien señala que el clima laboral es una cualidad interna relativamente perdurable en la organización, que es el resultado del comportamiento y las normas de sus miembros, que es percibida por estos y hace a la entidad diferente de otras. Se llegó a la conclusión que ambas teorías de las variables se asemejan cuando llegamos al resultado.

## **VI. CONCLUSIONES**

### **Primero**

Se cumplió con el objetivo general de la tesis, es decir se determinó mediante la prueba de Rho de Sperman que existe relación de 0.196 que es positiva muy baja pero significativa entre la variable Clima organizacional y Satisfacción al cliente en Alcon Pharmaceutical del Peru S.A Lima 2020.

### **Segundo**

En relación con el objetivo específico 1 de la presente tesis, se comprobó mediante la prueba de Rho de Sperman que existe asociación entre las variables clima organizacional y la dimensión Niveles de satisfacción: obteniendo un coeficiente de correlación de (0.288) que es positiva baja pero significativa.

### **Tercero**

Se demostró con el objetivo específico 2 de la presente tesis, en donde se mostró mediante la prueba de Rho de Sperman que existe en relación entre las variables clima organizacional con la dimensión cumplimiento de expectativas; obteniendo un coeficiente de correlación de (0.175) que es positiva muy baja pero significativa.

### **Cuarto**

Se demostró con el objetivo específico 3 de la tesis, que se concretó mediante la prueba de Rho de Sperman que existe relación entre la variable clima organizacional y la dimensión atención recibida; obteniendo un coeficiente de correlación de (0.205) que es positiva muy baja pero significativa.



## VII. RECOMENDACIONES

**Primera:** Con respecto al clima organizacional y satisfacción al cliente se recomienda desarrollar un programa de capacitación y desarrollo profesional de manera trimestral que ayude a mejorar los niveles del clima organizacional con la participación de todas las áreas, logrando fortalecer los vínculos entre los colaboradores.

**Segunda:** Con respecto a los niveles de satisfacción de los clientes se exhorta implementar un sistema CRM (customer relationship management) con ello permitirá el apoyo y la mejora de la gestión en relación o interacción con los clientes.

**Tercera:** Con respecto al cumplimiento de expectativas se sugiere darle un valor agregado al servicio ampliando su tiempo de garantía en los productos para que nuestro cliente siga confiando y se logren fidelizar con la empresa.

**Cuarta:** Con respecto a las atenciones recibidas se aconseja ejecutar un plan de mejora en cuanto a la información de los productos brindados, otorgando un mayor conocimiento al trabajador y así prevenir posibles quejas y reclamaciones en su proceso de venta.

## VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antúnez, Y. (2015) *El clima organizacional como factor clave para optimizar el rendimiento laboral de los empleados del área de cada de las agencias de servicios bancarios Banesco ubicada en la Ciudad de Maracay*, [Tesis de licenciatura, Univerisidad Carabobo Venezuela.)
- Ayón, R. (2006). *Importancia de la comunicación en las organizaciones, un sistema de comunicación eficiente y un experto en comunicación que lo administre*: <http://genesis.uag.mx/revistas/escholarum/articulos/negocios/organizacional.cfm>.
- Bendezú, K. (2020) *En el artículo científico titulado Gestión el talento humano y la satisfacción laboral de los trabajadores de una institución educativa privada. Investigación* Valdizana.  
[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2219-71682015000200001](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682015000200001)
- Brunet, L. (2002). *El clima de trabajo en las organizaciones. 5a. reimpresión, México: Trillas.*
- Chacón, V. (2015) *Análisis de Clima organizacional de la empresa representaciones CEM Ubicada en Chiquimula*, [Tesis de licenciatura, Universidad Rafael Landívar. Guatemala]
- Chahuilla Chavez, F. F. (2019). *Nivel de variación del grado de satisfacción de los clientes de Plaza Vea Huancayo 2016-2018*. [ Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]
- Chiavenato, I. (2002). *administración de recursos humanos (8.<sup>a</sup> ed.). mcgraw-hill/interamericana editores, s.a. de c.v.*  
<https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/aec4d0f8da9f45c14d9687966f292cd2.pdf>.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones. Ed. McGraw Hill. Mexico.*

- Del Valle, Y., Meriño, V., & Martínez, C. (2018). *El clima organizacional en el emprendimiento sostenible*. Revista EAN. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-81602018000100043&lng=en&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602018000100043&lng=en&nrm=iso&tlng=es)
- Díaz, N. (2018). “*Capacitación de personal y satisfacción al cliente en Cineplanet Los Olivos 2018*”. [ Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]
- Escobar, J. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa de transportes y servicios múltiples Gloria S.A.C., Ate 2019* [ Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]
- Franco, R. (2001), *Customer Satisfaction. ¿Por qué Satisfacción del Cliente?* Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina.
- Gómez, S. (2012). *Metodología de la investigación* (1ed.). México: Red tercer milenio S.C.
- Jiménez, A. (2016). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente en el área comercial de Mibanco, agencia Mariscal Cáceres - SJL, 2016* [ Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]
- Kotler, P.& Armstrong, G. (2003) *Fundamentos de marketing*, 6ta Ed. Edit. Prentice hall. México.
- Litwin & Stringer (1968) (Revisado, 2001). *Cuestionario de Clima Laboral*. <https://es.scribd.com/doc/99833384/Cuestionario-de-Clima-Laboral-deLitwin-y-Stringer-1>
- Liza, C., & Siancas, C. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una entidad bancaria de Trujillo, 2016*. [Tesis para obtener el grado de Maestro, Universidad Privada del Norte]
- López (2018) *Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Ecuador]
- Méndez, C. (2001). *Metodología*. México, D.F., Editorial Limusa.
- Montalbán, J. (2003) “*Evaluación del Clima Organizacional*” Editorial Limas. México.

- Montoya, P., Beiiio, N., Bermúdez, N., Burgos F., Fuentealba, M., Padilla A. (2017). *Satisfacción laboral y su relación con el clima organizacional en funcionarios de una Universidad Estatal Chilena*, *Ciencia & Trabajo Scielo de Chile*. Recuperado desde: [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S071824492017000100007&script=sci\\_arttext&tIng=n](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S071824492017000100007&script=sci_arttext&tIng=n).
- Murga, L., Mostacero, G. (2017). *Clima organizacional y desempeño laboral en el área de ventas de distribuidora Perufarma s.a., La Libertad – 2016* [Tesis para obtener el grado de Maestro, Universidad Privada del Norte]
- Nápoles, Y., Tamayo P., Moreno, M. (2020). *Medición y mejora de la satisfacción del cliente interno en instituciones universitarias*, *Revista Ciencias Holguín*. <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181545579003.pdf>
- Pérez, V. et al. (2017) *La asesoría: forma de organización para la preparación de directivos de educación superior en la evaluación profesoral*. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n3/rus15317.pdf>
- Pineda, M. (2017). *Clima laboral y compromiso organizacional en trabajadores del hospital i la esperanza de Trujillo*. [ Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]
- Pineda, M. (2017). *Clima laboral y compromiso organizacional en trabajadores del hospital i la esperanza de Trujillo*. [ Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]
- Pupo, B., Velásquez, R., Tamayo, M. (2018). *Impacto de los factores externos en el clima organizacional de empresas constructoras*. *Revista Ciencias Holguín*, 24,(1). <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1815/181553863008/181553863008.pdf>
- Robbins. (2011). *Comportamiento Organizacional*. Decimotercera Edición Saltar, A. y Jan, F. (2015). The study of organization commitment and job satisfaction among hospital nurses. A survey of district hospitals of Dera Ismail Khan. *Global Journal of Magnagement and Bussiness Research*. 15, 16-28. <https://journalofbusiness.org/index.php/GJMBR/article/view/1601>
- Salas, Y. (2017). *Clima organizacional y satisfacción laboral en Clima organizacional y satisfacción laboral en instituciones prestadoras de servicios de salud públicas*. [ Tesis para obtener el grado de maestro, Universidad Cesar Vallejo]

- Soria, V. (2004). *Relaciones Humanas*. (2ed). México: Editorial Limusa, S.A..  
<https://books.google.com.pe/books?id=xl-mNgBMLfsC&pg=PA238&dq=teoria+de+mccllland&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj0oYnix57IAhUquVkkHfEhAvQQ6AEIKDAA#v=onepage&q=teoria%20de%20mccllland&f=false>
- Sotelo, G., & Figueroa, E. (2017). *El clima organizacional y su correlación con la calidad en el servicio en una institución de educación de nivel medio superior*. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*.: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-74672017000200582&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-74672017000200582&script=sci_arttext)
- Stegganell, I., Arteta Y., Noda, M. (2017). *satisfacción del cliente interno en pequeñas y medianas empresas*. *Revista Ciencias Holguín*. <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181552082003.pdf>
- Tamayo y Tamayo, M. (1997). *El Proceso de la Investigación científica*. México: Editorial Limusa S.A.
- Taylor, F. (1999). *Administración de Recursos Humanos*. Costa Rica, Trillas.
- Torres, E., Zegarra, J. (2015) *artículo científico titulado: Clima organizacional y desempeño laboral en las instituciones educativas bolivianas de la ciudad de Puno 2014*. *Perú Artículo Comunicación Scielo*.
- Zans,C.,(2017) *en su tema sobre Clima Organizacional y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores administrativos y docentes de la Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa UNAN – [Tesis de grado,Universidad Nacional autónoma de Nicaragua]*
- Zeithaml, V. y Bitner, M. (2001). *Marketing de Servicios*. Segunda Edición. México: Editorial Mc Graw Hill.

## **ANEXOS**

## Anexo 5. Matriz de Operacionalización

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Clima organizacional	El clima refleja los valores, las actitudes y las creencias de los miembros, que debido a su naturaleza, se transforman a su vez, en elementos del clima. Brunet, L. (2002, p. 106).	Este estudio pretende demostrar como un buen clima organizacional, en donde se considera, la comunicación, la responsabilidad, para desarrollar la satisfacción de los clientes	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicación abierta y flexible</li> <li>Errores detectado</li> <li>Requisitos</li> </ul>	Likert: Ordinal 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Indiferente 4: De acuerdo 5: En desacuerdo
			Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajo en equipo</li> <li>Cumplimiento</li> <li>Actividades de planificación</li> </ul>	
Satisfacción al cliente	El nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus experiencias. Kotler, P. (2009).	La institución quiere mantener a su cartera de clientes y a sus futuros clientes, satisfechos no solo del producto que reciben si no la forma en la que se les atiende, todo es un conjunto de acciones que brinda la satisfacción.	Niveles de Satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> <li>Insatisfacción</li> <li>Satisfacción</li> <li>Complacencia</li> </ul>	Likert: Ordinal 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Indiferente 4: De acuerdo 5: En desacuerdo
			Cumplimiento de expectativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Confiabledad</li> <li>Validez</li> <li>Lealtad</li> </ul>	
			Atenciones recibidas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Empleados identificados con la organización</li> <li>Participación de los empleados</li> <li>Récord de asistencia</li> </ul>	

## Anexo 6.

### Encuesta

“Clima organizacional y su relación con satisfacción del cliente en Alcon Pharmaceutical del Peru S.A, san isidro-lima 2020”

Datos generales:

Empresa:

La siguiente encuesta consiste en marcar con una “X”, según las opiniones que [corresponda](#) de la empresa Alcon Pharmaceutical del Peru S.A

S: Siempre CS: Casi siempre AV: A Veces CN: Casi Nunca N: Nunca

		S	CS	AV	C N	N
1.	¿Existe una comunicación abierta y flexible entre empresa -cliente?					
2.	¿Qué tan frecuentes son los errores en sus procesos de compra venta?					
3.	¿La empresa explica de manera clara los requisitos previos a una compra o licitación?					
4.	¿Considera que el trabajo en equipo es efectivo?					
5.	¿La empresa cumple con el asesoramiento ofrecido?					
6.	¿Considera que la empresa cumple con las actividades planificadas?					
7.	¿La insatisfacción puede generar en el declive de la empresa?					
8.	¿La satisfacción es el auge de la empresa?					
9.	¿Los clientes se sienten satisfechos con la atención ofrecida por la empresa?					
10.	¿La satisfacción de los clientes brinda confiabilidad a la empresa?					
11.	¿Cuándo un cliente se encuentra satisfecho su preferencia es validada por la empresa?					
12.	¿La lealtad de los clientes depende mucho de la calidad y la satisfacción que le brinda la empresa?					
13.	¿Para dar una calidad y satisfacción a los clientes el compromiso organizacional de la empresa es rotunda?					
14.	¿El éxito de la empresa depende de la participación activa de los empleados?					
15.	¿El record de asistencia de los clientes depende del grado de satisfacción de ellos?					

Gracias por su colaboración.



## Anexo 7.

### Anexo 5.

#### Consentimiento Informado

Sr. Coordinador de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Cesar Vallejo, Cede Lima Norte.

Presente.

Por medio del presente, me dirijo a usted para manifestarle mi consentimiento informado a la Sta. Mayra Rodriguez Fuentes con código del estudiante N°6700235330, para que realice su trabajo de Tesis de título "Clima Organizacional y su relación con la Satisfacción del Cliente en Alcon Phamaceutical del Perú S.A. San Isidro – Lima 2020.

Sin otro en particular, quedo con usted.

Atentamente

  
Gustavo Guerin Almendra  
BD AUTOSOLUTIONS  
DNI: 40732696

## Anexo 8. Validación del contenido del instrumento



### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DE CLIMA ORGANIZACIONAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Comunicación							
1	¿Existe una comunicación abierta y flexible entre empresa -cliente?							
2	¿Qué tan frecuentes son los errores en sus procesos de compra venta?							
3	¿La empresa explica de manera clara los requisitos previos a una compra o licitación?							
	Responsabilidad	Si	No	Si	No	Si	No	
4	¿Considera que el trabajo en equipo es efectivo?							
5	¿La empresa cumple con el asesoramiento ofrecido?							
6	¿Considera que la empresa cumple con las actividades planificadas?							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): ES APLICABLE

Opinión de aplicabilidad: Aplicable  Aplicable después de corregir  No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: MARCO FERNANDEZ SAUCEDO DNI: 090414632

Especialidad del validador: FILOSOFIA

9 de noviembre del 2016

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
 Firma del Experto Informante.

## Anexo 9. Validación del contenido del instrumento



### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA SATISFACCION DEL CLIENTE

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Niveles de satisfacción							
7	¿La insatisfacción puede generar en el declive de la empresa?							
8	¿La satisfacción es el auge de la empresa?							
9	¿Los clientes se sienten satisfechos con la atención ofrecida por la empresa?							
	Cumplimiento de expectativas							
10	¿La satisfacción de los clientes brinda confiabilidad a la empresa?							
11	¿Cuándo un cliente se encuentra satisfecho su preferencia es validada por la empresa?							
12	¿La lealtad de los clientes depende mucho de la calidad y la satisfacción que le brinda la empresa?							
	Atención recibidas							
13	¿Para dar una calidad y satisfacción a los clientes el compromiso organizacional de la empresa es rotunda?							
14	¿El éxito de la empresa depende de la participación activa de los empleados?							
15	¿El record de asistencia de los clientes depende del grado de satisfacción de ellos?							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): ES SUFICIENTE

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: ANDRÉS FERNÁNDEZ SAUCES ..... DNI: 09044632 .....

Especialidad del validador: Estadística .....

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

9 de noviembre del 2016

Firma del Experto Informante.

## Anexo 10. Validación del contenido del instrumento



### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DE CLIMA ORGANIZACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Comunicación							
1	¿Existe una comunicación abierta y flexible entre empresa -cliente?	✓		✓		✓		
2	¿Qué tan frecuentes son los errores en sus procesos de compra venta?	✓		✓		✓		
3	¿La empresa explica de manera clara los requisitos previos a una compra o licitación?	✓		✓		✓		
	Responsabilidad							
4	¿Considera que el trabajo en equipo es efectivo?	✓		✓		✓		
5	¿La empresa cumple con el asesoramiento ofrecido?	✓		✓		✓		
6	¿Considera que la empresa cumple con las actividades planificadas?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA.

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable []    Aplicable después de corregir [  ]    No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: COSTILLA CASTILLO PEDRO.    DNI: 09925834

Especialidad del validador: DM. EN ADMINISTRACIÓN

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

11 de 11 del 2016

  
 Firma del Experto Informante.

## Anexo 11. Validación del contenido del instrumento



### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA SATISFACCION DEL CLIENTE

N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Niveles de satisfacción							
7	¿La insatisfacción puede generar en el declive de la empresa?	✓		✓		✓		
8	¿La satisfacción es el auge de la empresa?	✓		✓		✓		
9	¿Los clientes se sienten satisfechos con la atención ofrecida por la empresa?	✓		✓		✓		
	Cumplimiento de expectativas							
10	¿La satisfacción de los clientes brinda confiabilidad a la empresa?	✓		✓		✓		
11	¿Cuándo un cliente se encuentra satisfecho su preferencia es validada por la empresa?	✓		✓		✓		
12	¿La lealtad de los clientes depende mucho de la calidad y la satisfacción que le brinda la empresa?	✓		✓		✓		
	Atención recibidas							
13	¿Para dar una calidad y satisfacción a los clientes el compromiso organizacional de la empresa es rotunda?	✓		✓		✓		
14	¿El éxito de la empresa depende de la participación activa de los empleados?	✓		✓		✓		
15	¿El record de asistencia de los clientes depende del grado de satisfacción de ellos?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia.

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable [ X ]   Aplicable después de corregir [ ]   No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: COSNICA CASARICO PADOA   DNI: 09925834

Especialidad del validador: DA. EN ADMINISTRACION

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

..... de ..... del 2016

.....  
 Firma del Experto Informante.

## Anexo 12. Validación del contenido del instrumento



### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DE CLIMA ORGANIZACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Comunicación							
1	¿Existe una comunicación abierta y flexible entre empresa -cliente?							
2	¿Qué tan frecuentes son los errores en sus procesos de compra venta?							
3	¿La empresa explica de manera clara los requisitos previos a una compra o licitación?							
	Responsabilidad	Si	No	Si	No	Si	No	
4	¿Considera que el trabajo en equipo es efectivo?							
5	¿La empresa cumple con el asesoramiento ofrecido?							
6	¿Considera que la empresa cumple con las actividades planificadas?							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable  Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/ Mg: Eduardo G. Rosado D. DNI: 25703679

Especialidad del validador: Finanzas

..... de NOV del 2016

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
Firma del Experto Informante.

## Anexo 13. Validación del contenido del instrumento



### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA SATISFACCION DEL CLIENTE

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
7	Niveles de satisfacción ¿La insatisfacción puede generar en el declive de la empresa?							
8	¿La satisfacción es el auge de la empresa?							
9	¿Los clientes se sienten satisfechos con la atención ofrecida por la empresa?							
	Cumplimiento de expectativas							
10	¿La satisfacción de los clientes brinda confiabilidad a la empresa?							
11	¿Cuándo un cliente se encuentra satisfecho su preferencia es validada por la empresa?							
12	¿La lealtad de los clientes depende mucho de la calidad y la satisfacción que le brinda la empresa?							
	Atención recibidas							
13	¿Para dar una calidad y satisfacción a los clientes el compromiso organizacional de la empresa es rotunda?							
14	¿El éxito de la empresa depende de la participación activa de los empleados?							
15	¿El record de asistencia de los clientes depende del grado de satisfacción de ellos?							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir     No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Edith G. Nolasco Domínguez    DNI: 25703679

Especialidad del validador: Psicología

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente de dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

... de NOV del 2016

Firma del Experto Informante.