



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES

CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CALIDAD DE SERVICIO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS RUBRO BOTICAS: CASO D´MEDICFARMA
DEL DISTRITO CARMEN ALTO, AYACUCHO, 2020**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

AUTORA

TACAS QUISPE, DENIA

ORCID: 0000-0003-4245-2999

ASESORA

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ

ORCID: 0000-0001-8823-2655

AYACUCHO – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

TACAS QUISPE, DENIA

ORCID: 0000-0003-4245-2999

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado, Ayacucho, Perú

ASESORA

Palacios De Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Piura, Perú

JURADO

Mgtr. Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgtr. Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID:0000-0001-8071-8327

Miembro

Mgtr. Espinosa Otoy, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgtr. Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID:0000-0001-8071-8327

Miembro

Mgtr. Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

Miembro

Dra. Mercedes René Palacios de Briceño

ORCID:0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

A la botica D´MEDICFARMA por la confianza y la oportunidad de formar parte de su organización y brindarme todos los recursos y herramientas necesarios poder realizar este trabajo de investigación.

DEDICATORIA

A mi linda madre por su valentía de nunca rendirse y sacarme adelante profesionalmente y sembrar en mí una persona con valores y virtudes.

RESUMEN

EL presente trabajo de investigación tiene como objetivo Caracterizar la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso D´MedicFarma distrito de Carmen Alto Ayacucho, 2020 se empleó la metodología nivel descriptivo de tipo cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal la población de estudio fueron 25 clientes que frecuentan a la botica y a criterio del investigador. lo cual se obtuvo como resultado que del 100% que equivale a 25 clientes respondieron que una atención eficaz es necesario para fidelizar a los clientes y el 68% que equivale a 15 clientes afirmaron que si reciben información de las promociones y absuelven sus dudas y el 8% que equivale a 2 clientes respondieron que el personal que atiende no mantiene una apariencia presentable lo cual al cliente no le genera confianza. En conclusión, es importante y fundamental brindar calidad de servicio a los clientes lograr satisfacer las necesidades y las expectativas los clientes se sienten satisfechos cuando se le brinda información ser empáticos encontrar en la botica personal capacitado profesionalmente, y transmitir confianza a los clientes para lograr fidelizar al cliente y poder captar más clientes lo cual va ayudar a la organización crecer como empresa obtener una posición reconocida y mantenerse en el mercado .

Palabras clave: Calidad de servicio, empresas, boticas, clientes.

ABSTRACT

The present research work is to opt for the academic degree of bachelor in administrative sciences which is entitled Quality of service in micro and small companies in the pharmacy category: D´Medicfarma case of the Carmen Alto district, Ayacucho, 2020. That today in the Ayacucho region. It was observed that the drugstores do not provide quality of service to customers, therefore the following problem was raised: How is the quality of service in micro and small companies, drug store category: Case of D´MedicFarma district of Carmen Alto Ayacucho, 2020? The purpose of which is to characterize the quality of service in micro and small companies, pharmacy category: case of D´MedicFarma district of Carmen Alto_Ayacucho, 2020 likewise a non-experimental descriptive quantitative research methodology is used, a sample of 25 clients was used the questionnaire consists of 10 questions. In the results we can point out that of the 100% (25clients) responded that effective service is important to retain clients and 68% (15 clients) affirmed that if they receive information about promotions and 8% (2 clients) responded that the attending personnel do not maintain a presentable appearance. In conclusion, the quality of service provided to customers is important in order to retain them.

Keywords: Quality of service, companies, pharmacies, clients.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
FIRMA DE JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISION DE LA LITERATURA	2
2.1. Antecedentes	2
2.2. Bases teóricas de la investigación	7
2.2.1. Base teórica de la variable Calidad de servicio	7
2.2.2. Características de calidad:	8
2.2.3. Características de servicios	8
2.3. Bases teóricas de las dimensiones	9
2.3.1. Elementos tangibles	9
2.3.2. Trabajadores	10
III. HIPOTESIS	13
IV. METODOLOGIA	13
4.1. Diseño de la investigación	13
4.2. Población y muestra	13
4.2.1. Población	13
4.2.2. Muestra	13
4.3. Definición y Operalización de Variables e Indicadores	14
4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	16
4.4.1. Técnicas:	16
4.4.2. Instrumento:	16
4.5. Plan de Análisis	16
4.6. Matriz de Consistencia	17

4.7. Principios Éticos	19
V. RESULTADOS	20
VI. ANALISIS DE RESULTADOS	24
VII. CONCLUSIONES	27
VIII. RECOMENDACIONES	28
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:	29
Anexos	32
Anexo 1: Instrumento de recolección de datos.....	33
Anexo 2: Consentimiento de la Empresa	35
Anexo 3: Constancia de validación	36
Anexo 04: Validación de Instrumentos según Expertos.....	37
Anexo 5: Porcentaje de Turnitin.....	38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Trabajadores	20
Tabla 2 Elementos Tangibles	21
Tabla 3 Expectativas	23

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 gráfico de barras que representa a los trabajadores que brindan atención al cliente.	20
Figura 2 el grafico de barras que representa los elementos tangibles de la botica D'Medicfarma	22
Figura 3 en el gráfico de barras que representa las expectativas de los clientes de la botica D'MedicFarma	23

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día las MYPES en el sector botica es de mucho impacto y una oportunidad de negocio a causa de la pandemia covid 19 donde los clientes temen acercarse a un centro de salud y acuden a las boticas por malestares leves o adquirir accesorios de protección como mascarillas, guantes, alcohol en gel entre otros productos lo cual es una oportunidad para brindar calidad de servicio y poder captar más clientes a si mismo fidelizarlos.

Y una de las estrategias es brindar calidad de servicio como también motivar al personal y brindar capacitación constante debido a que un personal motivado con incentivos, bonos, y horarios flexibles. El personal trabaja feliz se esfuerza por llegar a su objetivo y/o meta y trata de captar y brinda una atención de calidad a los clientes.

El trabajo de investigación que se ha desarrollado tiene como título: “Calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas Rubro boticas: caso D’MedicFarma, distrito Carmen Alto Ayacucho, 2020”, Es un tema de gran importancia en especial para el rubro de boticas por lo cual podemos definir la calidad de servicio según Mateos de Pablo (2019) quien afirma que las empresas están totalmente orientadas al cliente por lo que la gestión de las relaciones con los clientes es un área clave y critica para la competitividad de la empresa. Es un tema de importancia para identificar el estado en que se encuentra la organización y conocer si construye una relación duradera con los clientes, identificando, comprendiendo y satisfaciendo sus necesidades.

Por consiguiente, el problema a investigar es: ¿Cómo es la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: Caso D’MedicFarma distrito de Carmen Alto Ayacucho, 2020

Por ende, el objetivo general del trabajo de investigación es: Caracterizar la calidad de servicio de las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso D´MedicFarma distrito de Carmen Alto Ayacucho, 2020.

la presente investigación se justifica porque permitirá obtener el grado de bachiller en ciencias administrativas tal como se muestra en el artículo 64 del reglamento de investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Además, el proyecto se desarrolla debido a que en la empresa D´MedicFarma rubro boticas se observó que no brindan calidad de servicio a los clientes. Por lo cual se va ayudar a la empresa adoptar una estrategia más centrada en el cliente por ser los clientes que tienen el poder de decisión por ello la empresa D´MedicFarma necesita recabar información sobre las necesidades de los clientes para poder adaptar los productos que componen la oferta empresarial a dichas necesidades y deben brindar una atención personalizada a cada cliente.

La metodología que se utiliza en la presente investigación que vamos a desarrollar es de tipo cuantitativo, de un nivel descriptivo, porque nos va ayudar a describir la realidad de la empresa D´MedicFarma utilizando el instrumento del cuestionario y realizando la aplicación de la técnica de la encuesta.

Finalmente, en conclusión, permitirá identificar si la botica D´MedicFarma está poniendo en práctica las estrategias de calidad de servicio.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

A continuación, se presentan los antecedentes internacionales:

Reyes, Reyes & Rodríguez (2012) en su tesis titulado “*percepción docente de la calidad del servicio educativo universitario*” tiene como objetivo general “analizar la relación que existe entre la percepción de la calidad del servicio educativo y la importancia que se atribuye a las dimensiones que forman la calidad

del mismo, de los PTC de licenciatura en la facultad de ciencias humanas(FCH), campus Mexicali, de la universidad Autónoma de baja California durante el periodo escolar 2010-1.se usó una metodología de carácter descriptivo y descriptivo correlacional, cuya aplicación a otros contextos será mediante el uso de analogías y no con el rigor científico de paradigma epistemológico cuantitativo, hipotético deductivo. En conclusión, la dimensión de la percepción de los docentes son elementos tangibles de la calidad de servicio pedagógico universitario es placentera, es decir que está de acuerdo con ella. La magnitud de la percepción de la dimensión confiabilidad de la calidad del servicio educativo universitario es satisfactoria, es decir que se está de acuerdo con ella la magnitud de la percepción de la dimensión de la dimensión empatía de la calidad del servicio educativo universitario es satisfactoria es decir que está de acuerdo con ella. El rechazo se hace por que en todas ellas el promedio de la respuesta es alrededor de 3 de no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Salazar & Cabrera (2016) en su tesis titulado “*Diagnostico de la calidad de servicio, en la atención al cliente*”, en la universidad nacional de Chimborazo Ecuador” tiene como objetivo general medir la percepción de la calidad de servicio en los procesos administrativos, para lo cual se utilizó una metodología de investigación de tipo descriptivo y se concluye que los resultados obtenidos revelan que existe diferencias entre el nivel de percepciones y expectativas que el cliente tiene sobre la calidad del servicio es regular el (3,3/5) de acuerdo a las actitudes de los clientes lo cual se pudo definir la situación actual de la institución respecto a la calidad del servicio, los clientes están insatisfechos con el servicio recibido, se logró conocer las percepciones de los clientes.

Armada (2015) En su tesis titulado “*La satisfacción del Usuario como indicador de calidad en el servicio Municipal de Deportes, Percepción, Análisis y Evolución*” tiene como objetivo general Valorar la evolución de la satisfacción percibida por los usuarios de las instalaciones deportivas del Ayuntamiento de Cartagena, analizando dos momentos temporales, 1991 y 2015, en relación a los siguientes criterios para lo cual se utilizó la metodología de investigación de tipo descriptivo. Y se concluye que la satisfacción percibida por los usuarios de las instalaciones deportivas del ayuntamiento de Cartagena es alta. Apreciándose pequeñas diferencias a favor de los usuarios en el año 1991 que lo perciben de forma superior a los usuarios de 2015 lo cual se evidencia que la valoración de la actividad realizada en el servicio deportivo municipal es ligeramente superior en la actualidad, aunque no se aprecien diferencias estadísticamente significativas con el ejercicio 1991.

A continuación, se presenta los antecedentes nacionales

Loreña (2019) en su tesis titulada “*calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurant_hotel el bambú del distrito de Pichanaki, 2019*” tiene como objetivo determinar la correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente es oportuna en el restaurante hotel EL Bambú del distrito de Pichanaki 2019. Utilizo la metodología de investigación cuantitativa nivel descriptivo diseño no experimental transversal correlacional. En conclusión, es establecer la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el restaurante hotel el bambú del distrito de Pichanaki 2019. Al fijar la relación se toma en cuenta el grado de significancia planteado de 5% (0,005) determinados de acuerdo a la tabla de correlación de las variables. Podemos afirmar que existe una correlación entre la calidad servicio y nivel de ventas con una probabilidad de error de 0% en tal

sentido de acuerdo al coeficiente $r=0,864$ que midió la relación entre la calidad de servicio y nivel de ventas podemos concluir que ambas variables se relacionan de manera positiva fuerte, pudiendo de esta manera determinar que a través de la calidad de servicio se relaciona significativamente y propicia la satisfacción del cliente dado que todo depende de un buen servicio para tener ventas progresivas con un porcentaje de relación de 74.64%.

Liñan (2014) En su tesis titulada “caracterización de la calidad del servicio bajo el modelo servqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro hospedajes” señala como objetivo general describir las principales características de la calidad de servicios brindadas en los hospedajes de modo que la metodología utilizada es de tipo descriptivo y el nivel cuantitativo. Se logró en conclusión que la calidad en una fase de integración de procedimientos que incluye a todos los integrantes de una organización tanto como directivos y colaboradores y que se necesita de la ayuda y soporte necesario para fortalecer una atención de calidad al usuario ofrecidas por los hospedajes se percibió que todo los conceptos o enfoques sobre este tema no se han utilizado de manera correcta por lo cual los resultados obtenidos de las encuestas que se realizaron a los clientes arrojaron resultados negativos lo cual nos da a entender que no existe calidad de servicio en estas empresas que en la mayoría de los hospedajes del distrito Huaraz existe deficiencia en la calidad de servicio a falta de cualidades como empatía por parte del colaborador, confiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad.

Quispe (2019) En su tesis titulada percepción de la calidad del servicio universitario de los estudiantes en la escuela profesional de enfermería, facultad de ciencias de la salud, universidad tecnológica de los Andes filial Andahuaylas-2019

tiene como objetivo general Determinar cómo es la percepción de la calidad del servicio universitario de los estudiantes en la escuela profesional de enfermería, facultad de ciencias de la salud, Universidad tecnológica de los andes Filial Andahuaylas-2019 utilizando una metodología de investigación cuantitativo de tipo descriptivo, de diseño no experimental, transaccional se llegó a la conclusión de los resultados obtenidos que la percepción del 51,0% y el 30,9% de los estudiantes encuestados de la Escuela Profesional de Enfermería sobre la calidad del servicio universitario es entre buena y regular sin embargo, el 7,2% afirma que es mala sobre el cual tiene que tomarse énfasis por cuanto, la calidad de servicio universitario actualmente está en proceso de evaluación y supervisión ,en primera instancia para el licenciamiento institucional, acreditación y certificaciones respectivas.

A continuación, se presenta los antecedentes locales

Meneses (2017) En su tesis titulada *“calidad de servicio e influencia en la satisfacción de clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho, 2017”*. El objetivo general es determinar que la calidad de servicio influye en la satisfacción de los clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho. Utilizando una metodología en tipo de investigación aplicada y método de la investigaciones cualitativo cuantitativo y descriptivo se llegó a la conclusión de que la calidad del servicio definitivamente influye en la satisfacción de los clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho ,en ocasiones ofrece buen servicio ,satisface moderadamente las necesidades de los consumidores; sin embargo, es posible que la prestación de los servicios a los requerimientos y las expectativas de los clientes consumidores son cuestionadas, mientras los restaurantes ofrezcan un mejor servicio aumentaran la satisfacción de los comensales, debido a que en la actualidad

muestran serias limitaciones en cuanto a la calidad de los servicios, conforme a los resultados y el análisis efectuada. Como también los elementos tangibles en los restaurantes, ambientes, muebles, decoración y la higiene del local también influye de manera efectiva en las evaluaciones cognitivas de los usuarios para lo cual los administradores o propietarios son conscientes que los consumidores son exigentes por lo cual es necesario la atención personalizada brindar un buen trato y condiciones favorables en la infraestructura repercute en la satisfacción para lograr la fidelización de consumidores.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Base teórica de la variable Calidad de servicio

Según Mateos de Pablo (2019) La calidad de servicio es un ámbito desarrollado y practicado por una organización para poder satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecer en consecuencia un servicio ágil, adecuado oportuno, seguro y confiable de tal manera que el cliente se sienta comprendido atendido y servido los principios de calidad es tener al personal involucrado con la organización contar con los elementos tangibles para poder atraer al cliente la calidad se ha convertido en una alternativa para la empresa e indispensable para el crecimiento y la supervivencia de una organización.

Camacho (2012) define la Calidad como un conjunto de propiedades inherentes a una cosa describe la calidad como desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea económico el más útil y satisfactorio para el consumidor.

López (2019) La calidad de servicio es que hoy en día los clientes buscan calidad, adquiriendo productos a precios bajos y que sean de una marca

reconocida por lo mismo esperan que los servicios brindados cumplan sus expectativas donde se le pueda brindar una atención personalizada con empatía e informándole de las promociones ofertas benéficos de los productos

López (2014) señala que el servicio es un conjunto de actividades realizadas para cuidar intereses o satisfacer necesidades.

2.2.2. Características de calidad:

Según Vargas & Aldana (2014) menciona las características de calidad

- a) Tiene que estar vinculado y estable con el marco de direccionamiento estratégico de la organización.
- b) Ha de ser constantemente adoptada por todos los miembros de la organización desplegando cada una de sus etapas a partir de mecanismos generados por alta dirección
- c) Buscara en todo periodo obtener que las organizaciones aprendan y generen conocimientos para trascender en un mundo dinámico y complejo la calidad debe ser liderada por la alta dirección en conclusión la calidad esta orientada siempre al cliente.

2.2.3. Características de servicios

Según Camacho (2012) enumera tres Características de servicios.

- **Intangibilidad:** Es la satisfacción no palpable de una necesidad como por ejemplo vas a una botica consultas sobre un mal que te aqueja le mencionas tus síntomas y el cliente recibe

tratamiento acorde al mal que lo aqueja por parte del químico farmacéutico.

- **Inseparable:** El servicio implica la relación de uno a más individuos con la finalidad de satisfacer las necesidades. un ejemplo cuando vas a la botica D´MedicFarma la relación empieza con el químico farmacéutico es quien recibe la orden hasta que culmine con la entrega acorde a las exigencias del cliente en todo este proceso están implicados el cajero, empaque, y el que entrega el producto.
- **Variabilidad:** Es cuando se brinda un servicio donde se interrelacionan con seres humanos los mismos pueden ser variables dependiendo a su carácter tanto del usuario como del que presta el servicio dependiendo el momento y las condiciones emocionales de los participantes en el intercambio ejemplo cuando asiste a una botica el químico farmacéutico trata de diferente forma al cliente dependiendo a la sintomatología que presente y se le brinda un tratamiento adecuado. Perecedores los servicios no se pueden almacenar los servicios se prestan y de inmediato se consumen.

2.3. Bases teóricas de las dimensiones

2.3.1. Elementos tangibles

Según Liñan (2014) Define que los elementos tangibles como las instalaciones físicas equipos tecnológicos deben de estar lo más limpio, ordenado y presentables de la misma forma también el personal que labora en la organización.

Según Quispe (2019) Define los elementos tangibles son la apariencia del personal que lo atiende, los equipos que utiliza y los elementos físicos que están implicados al momento de que se preste el servicio.

2.3.2. Trabajadores

Según Torres (2014) los trabajadores debe ser un profesional que esté preparado para resolver las necesidades de los clientes y que se vincula íntimamente a su empresa con el mercado. La venta es un proceso que el vendedor de bienes y/o servicios identifique, anime y satisfaga los requerimientos del comprador con beneficio mutuo y de manera constante.

2.3.3. Expectativas del cliente.

Según Goodman (2014) las expectativas son establecidas por la apariencia, la marca la reputación los precios, la publicidad y los mensajes de ventas y marketing de su compañía. La promesa de lo que se va ofrecer se combina con experiencias previas del cliente con su firma y con otras, dentro de su mercado y con las de otros clientes mediante el boca a boca.

Según Peña (2014) Las expectativas son objetivos individuales y la fuerza para alcanzar tales objetivos. Los objetivos individuales son variados y pueden incluir dinero, seguridad en el cargo, aceptación social, reconocimiento, etc., o una infinidad de combinaciones de objetivos que cada persona intenta satisfacer simultáneamente.

2.4. Bases Teóricas de las Dimensiones

2.4.1. Precio

Según Toro & Villanueva (2017) Afirma que el precio debe ser uno de los componentes más importantes de la oferta que despierte interés para los clientes.

Según Soriano "et al."(2012) Precio es la expresión de un valor, el valor de un producto depende de su grado de utilidad para el comprador los precios fijados por cada empresa suelen responder a los que fijan sus competidores.

2.4.2. Producto

Según Toro & Villanueva (2017) Producto es un conjunto de propiedades, funciones beneficios y usos que lo podemos intercambiar o usar que tiene características tangibles como intangibles por consiguiente un producto puede ser una idea o un bien existe con un propósito de intercambio para satisfacer objetivos individuales y organizacionales.

Según Soriano "et al.", (2012) Producto Es todo lo que se ofrece en el mercado para su adquisición uso o consumo y que es capaz de satisfacer una necesidad y se compone de varios aspectos como la calidad, la marca, el diseño, el envase y esto es lo que adquiere el comprador.

2.4.3. Servicio

Según Camacho (2012) Servicio tiene como concepto en el diccionario ESPASA, es atender al público como también laborar para una institución del mismo modo servicio da entender acción y efecto de servir en una organización y personal direccionados a satisfacer las necesidades del público.

2.4.4. Área de trabajo

Según Blanco (2013) el área de trabajo son elementos físicos que sostienen la atención al cliente deben de estar ordenado limpio y en perfecto uso y ser agradables de forma que generen un ambiente de confianza.

2.4.5. Señalización

Es una medida suplementaria y de protección colectiva representa una medida útil para advertir de los peligros, reforzar y recordar las normas de comportamientos y obligaciones.

2.4.6. Tecnología

Son recursos tecnológicos que permite satisfacer una necesidad o conseguir aquello. Hoy en día las tecnologías son indispensables en una organización por ser un aliado clave para la realizar las tareas mencionamos algunos equipos como computadora, cámaras de seguridad, impresoras.

2.4.7. Información

Según Mateos de Pablo (2019) En esta fase de comunicación es importante conocer el comportamiento y tipología del consumidor. Este procedimiento consiste en buscar información una vez que se haya captado la necesidad del usuario (consulta, petición, opinión, sugerencia, queja).

2.4.8. Eficaz

Es la capacidad que posee una persona para lograr sus objetivos o metas planteadas.

2.4.9. Amable

Según Blanco (2013) Amable es el comportamiento que muestra respeto y consideración al cliente.

III. HIPOTESIS

La presente investigación que lleva por título: calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas Rubro boticas: caso D´MedicFarma, distrito de Carmen Alto Ayacucho, 2020 no se elabora hipótesis por ser una investigación descriptiva lo cual se describirá la variable calidad de servicio.

IV. METODOLOGIA

4.1. Diseño de la investigación

El diseño de la presente investigación es no experimental. En la investigación no experimental no hay ni manipulación intencional ni asignación al azar, de esta manera lo manifiestan los autores Hernández, Fernández & Baptista (2014).

4.2. Población y muestra

4.2.1. Población.

La población está conformada por los clientes que acuden a realizar sus compras a la botica “D´MedicFarma

4.2.2. Muestra

La muestra está conformada por 25 clientes de la botica D´MedicFarma

Según (Avila, Blanco, & Valledor, 2019) El muestreo no probabilístico consiste en que no todas las personas de la población tienen la misma posibilidad de ser incluidos en la muestra pues su elección no depende de la probabilidad sino de causas relacionados con los intereses del investigador; El investigador selecciona cierto tipo de personas que sean accesibles y puedan brindar mayor información es un procedimiento de selección informal o arbitrario los casos se determinan, a partir de una población, hasta llegar a la cantidad estimada como necesaria.

4.3. Definición y Operalización de Variables e Indicadores

variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala Valorativa
Calidad de Servicio	Según Mateos de Pablo (2019) La calidad de servicio es la capacidad de dar satisfacción a las expectativas y requisitos de los clientes. En este sentido, la calidad podría definirse como la mejora continua de todas las actividades que realiza la empresa a fin de alcanzar un nivel de excelencia que satisfaga las demandas y expectativas de sus clientes todo ello mediante la activa participación de todos los trabajadores.	Se determinará de qué manera se da calidad de servicio en el sector boticas empresa D'MedicFarma por lo cual se utilizará el instrumento del cuestionario de acuerdo a los indicadores establecidos la cual se aplicará la técnica de la encuesta	Dimensión 1 Trabajadores	Información	¿El trabajador de la botica D'Medicfarma le brinda información adecuada en el tratamiento y uso de medicamentos?	Escala de Likert
				Eficaz	¿Usted considera que los trabajadores de la botica D'Medicfarma es eficaz al momento de brindarle la atención?	
				Amable	¿Los trabajadores de la botica D'Medicfarma atiende con amabilidad?	
			Dimensión 2 Elementos Tangibles	Área de Trabajo	¿Cuándo usted acude a la botica D'Medicfarma el área de trabajo se encuentra limpio y ordenado?	
				Señalización	¿Al realizar las compras en la botica D'Medicfarma usted se guía por las señalizaciones como caja, empaque?	
				Tecnologías	¿La botica D'Medicfarma cuenta con equipos tecnológicos adecuados (computadoras, cámaras de seguridad) para brindar una buena calidad de servicio?	

			Dimensión 3: Expectativas del Cliente	Apariencia	¿La botica D'Medicfarma cuenta con personal que mantiene una apariencia presentable (uniforme, imagen)?
				Precio	¿En la botica D'Medicfarma los precios de los productos son accesibles?
				Prestigio	¿Con que frecuencia se habla de la botica D'MedicFarma en tu distrito?

4.4.Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

4.4.1. Técnicas:

Las principales técnicas para recoger información de la población objeto de nuestro estudio son los cuestionarios, la entrevista personal. Martínez &Gonzales (2014).

4.4.2. Instrumento:

El instrumento de recogida de la información, ya sea cuestionario encuesta telefónica o entrevista es uno de los elementos más importantes, en una investigación tipo encuesta sus preguntas deben estar formuladas de modo claro univoco adecuado al objetivo de la investigación. La calidad técnica en la que se construyan los instrumentos de recogida de información será determinante para recoger exactamente la información pretendida. Martínez & Gonzales (2014).

4.5.Plan de Análisis

Para realizar la presente investigación se realizó una encuesta de 10 preguntas a los usuarios que acuden a la botica D´MedicFarma para la redacción del proyecto se utilizó el programa Word. Y el convertidor PDF para enviar el informe final de la investigación.

4.6. Matriz de Consistencia

Calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro boticas: caso D´MedicFarma, distrito Carmen Alto Ayacucho, 2020.

Enunciado del Problema	Objetivos de la Investigación	Hipótesis	Variable	Metodología
<p>Problema General:</p> <p>¿Cómo es la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: Caso D´MedicFarma distrito de Carmen Alto_ Ayacucho, 2020</p> <p>Problemas Específicos:</p> <p>1. ¿Cómo es la atención de los trabajadores en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso D´MedicFarma distrito de Carmen Alto Ayacucho, 2020</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Caracterizar la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso D´MedicFarma distrito de Carmen Alto_ Ayacucho,2020</p> <p>Objetivos Específicos.</p> <p>1. Identificar la atención al cliente que brindan los trabajadores de las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso D´MedicFarma distrito de Carmen Alto Ayacucho, 2020.</p>	<p>La presente investigación es de tipo descriptivo por lo cual no se formula una hipótesis.</p> <p>Baena (2014)</p>	<p>Dimensión 1:</p> <p>Trabajadores</p> <p>Dimensión 2:</p> <p>Elementos tangibles</p> <p>Dimensión 3:</p> <p>Expectativas Del cliente</p>	<p>Tipo:</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Nivel:</p> <p>Descriptivo</p> <p>Diseño:</p> <p>No Experimental</p> <p>Técnica:</p> <p>Encuesta</p>

<p>2. ¿Cuáles son los elementos tangibles en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso D'MedicFarma distrito de Carmen Alto Ayacucho, 2020</p> <p>3. ¿Cómo son las expectativas del cliente del cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso D'MedicFarma distrito de Carmen Alto Ayacucho, 2020</p>	<p>2. Identificar los elementos tangibles en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso D'MedicFarma distrito de Carmen Alto Ayacucho, 2020.</p> <p>3. Determinar las Expectativas del cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso D'MedicFarma distrito de Carmen Alto Ayacucho,2020</p>			<p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Población: Clientes de la botica D'MedicFarma</p> <p>Muestra: 25 clientes</p>
--	---	--	--	--

4.7. Principios Éticos

ULADECH, (2020) En el presente trabajo de investigación se realizó en base a los principios de ética que rige la investigación en la universidad católica los ángeles de Chimbote del 2021 con la participación de seres humanos por lo mismo se trabajaron con credibilidad, respeto y discreción se va respetar el principio de protección al a persona que participen en la investigación se deben proteger su identidad ,creencia y su religión ;se maneja el principio de libre participación y derecho a estar informado donde se les informa a las personas sobre el propósito y fines de la investigación cual tienen la libertad de elegir si participan por voluntad propia. Y se toma el principio beneficencia y no - maleficencia. En este principio el investigador debe asegurar el cuidado de la vida y el bienestar de las personas que participan en la investigación el investigador debe cumplir reglas como no causar daño y disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

V. RESULTADOS

5.1. Variable 1: Trabajadores

5.1.1. Objetivo 1: Identificar a los Trabajadores de las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso D' MedicFarma distrito de Carmen Alto_ Ayacucho, 2020.

Tabla 1 Trabajadores

Escala Likert	Nunca		Casi nunca		Con Frecuencia		Casi siempre		Siempre		total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Información	0	0	2	8	6	24	5	20	12	48	25	100
Eficaz	0	0	1	4	7	28	5	20	12	48	25	100
Amable	0	0	2	8	6	24	5	20	12	48	25	100

Fuente. Cuestionario aplicado a los clientes de la botica D' Medicfarma del Distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020.

Fuente cuestionario

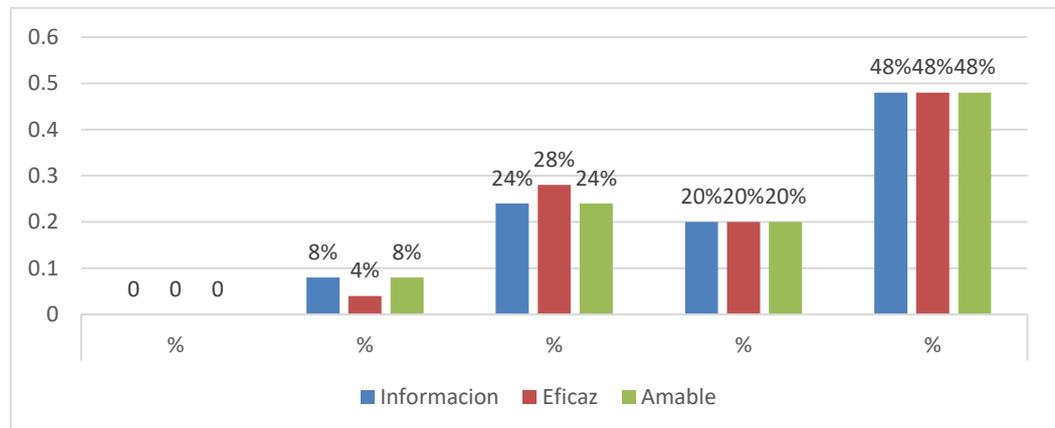


Figura 1 gráfico de barras que representa a los trabajadores que brindan atención al cliente.

En la tabla 1 y figura 1 “en la botica D' Medicfarma se identifica que el 48% de sus trabajadores si brindan información mientras que el 8% de los trabajadores no brindan información además se observa que el 48% es eficaz al momento de brindar la atención al cliente y el 8 % no es eficaz al momento de brindar la atención al cliente en el indicador ¿Los trabajadores de la botica D' Medicfarma atiende con amabilidad? El 48% mencionan que si

brindan una atención al cliente con amabilidad mientras el 8% mencionan que no son amables al momento de bríndale la atención al cliente.

5.1.2. Variable 2: Elementos Tangibles.

5.1.2.1. Objetivo 2: Identificar los Elementos Tangibles en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso D´MedicFarma distrito de Carmen Alto Ayacucho, 2020.

Tabla 2 Elementos Tangibles

Escala Likert	Nunca		Casi nunca		Con		Casi siempre		Siempre		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Área de trabajo	0	0	2	8	6	24	5	20	12	48	25	100
Señalización	0	0	1	4	5	20	4	16	15	60	25	100
Tecnologías	0	0	2	8	6	24	5	20	12	48	25	100

Fuente. Cuestionario aplicado a los clientes de la botica D´Medicfarma del Distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020.

Fuente Cuestionario

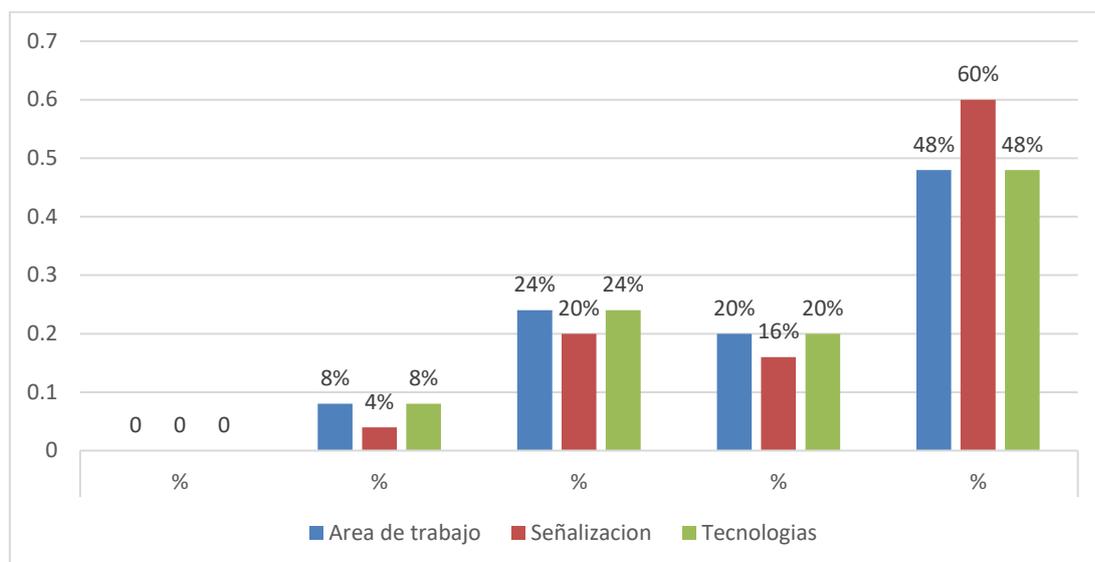


Figura 2 el grafico de barras que representa los elementos tangibles de la botica D'Medicfarma

En la tabla 2 y figura 2 denominadas: Identificar los elementos tangibles en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso D'MedicFarma distrito de Carmen Alto Ayacucho, 2020. y en el indicador ¿Cuándo usted acude a la botica D'Medicfarma el área de trabajo se encuentra limpio y ordenado? Se observa que 48 % de los clientes si encuentra limpio y ordenado el área de trabajo. que el Resultados coincidentes se obtuvieron con el indicador: si la botica cuenta con equipos tecnológicos. y el indicador ¿Al realizar las compras en la botica D'Medicfarma usted se guía por las señalizaciones como caja, empaque? Sin embargo, en el indicador ¿Al realizar las compras en la botica D'Medicfarma usted se guía por las señalizaciones como caja, empaque? El 60% afirman que si usan las señalizaciones para guiarse y el 8% no lo consideran.

5.1.3. Variable 3: Expectativas

5.1.3.1. Objetivo 3: Determinar las Expectativas del cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso D'MedicFarma distrito de Carmen Alto Ayacucho,2020.

Tabla 3 Expectativas

Escala Likert	Nunca		Casi nunca		Con frecuencia		Casi siempre		Siempre		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Apariencia	2	8	1	4	3	12	4	16	15	60	25	100
Precio	1	4	2	8	2	8	4	16	16	64	25	100
Prestigio	2	8	1	4	3	12	5	20	14	56	25	100

Fuente. Cuestionario aplicado a los clientes de la botica D' MedicFarma del Distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2020.

Fuente cuestionario

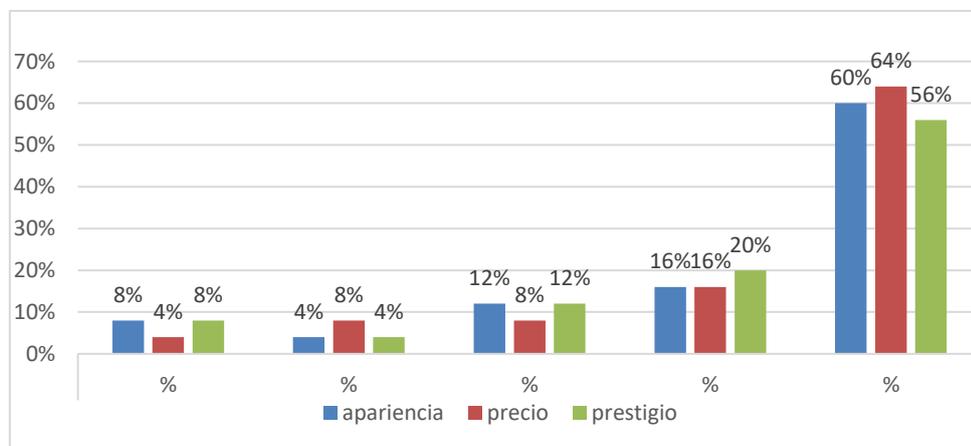


Figura 3 en el gráfico de barras que representa las expectativas de los clientes de la botica D' MedicFarma

En la tabla 3 y figura 3 denominadas y en el indicador: ¿La botica D' Medicfarma cuenta con personal que mantiene una apariencia presentable (uniforme, imagen)? Se observa que el 60% del personal, mantiene una apariencia presentable mientras que el 4 % mencionan que no mantienen una apariencia presentable. Y en el indicador ¿En la botica D' Medicfarma los precios de los productos son accesibles? El 64% mencionan que si son accesibles los precios de la botica y el 4 % mencionan que los precios no son accesibles y con el indicador ¿Con que frecuencia se habla de la botica D' MedicFarma en tu distrito? El 56 % menciona que si la botica D' MedicFarma tiene prestigio en el distrito.

VI. ANALISIS DE RESULTADOS

En relación al objetivo específico N°01 ¿Cómo es la atención al cliente que brindan los trabajadores de las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso D´MedicFarma distrito de Carmen Alto Ayacucho, ¿2020?

Habiendo realizado la aplicación de las encuestas a 25 clientes de la botica D´MedicFarma del distrito de Carmen alto, se indica que:

De acuerdo a la tabla 1 denominada: trabajadores se observa que del 100% de los clientes encuestados que en total son 25 clientes encuestados; el 48% corresponde a 12 clientes mencionan que siempre los trabajadores de la botica D´Medicfarma brinda información adecuado en el tratamiento y uso de medicamentos.

Y el 48% corresponde a 12 clientes encuestados afirma que siempre reciben una atención eficaz por parte del personal que labora en la botica de D´Medicfarma.

Y el 48 % corresponde a los 12 clientes encuestados respondieron que siempre el personal de ventas de la botica D´MedicFarma atiende con amabilidad.

Los resultados de la investigación guardan relación con el autor (Liñan, 2014)En su tesis titulada “caracterización de la calidad del servicio bajo el modelo servqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro hospedajes “que la calidad en una fase de integración de procedimientos que incluye a todos los integrantes de una organización tanto como directivos y colaboradores y que se necesita de la ayuda y soporte necesario para fortalecer una atención de calidad con empatía por parte del colaborador, confiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad.

En relación al objetivo específico N°02 Identificar los elementos tangibles en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso D´MedicFarma distrito de Carmen Alto Ayacucho, 2020.

Habiendo realizado la aplicación de las encuestas a 25 clientes de la botica D´MedicFarma del distrito de Carmen alto, se indica que:

De acuerdo a la tabla 2: denominada elementos tangibles se observa que del 100% de los clientes encuestados que en total son 25 clientes encuestados; el 48% corresponde a 12 clientes mencionan que siempre el área de trabajo de la botica D´MedicFarma se encuentra limpio y ordenado. Y el 60% corresponde a 15 clientes siempre se guían por las señalizaciones como caja, empaque a la hora de realizar sus compras. Y el 48% que corresponde a 12 clientes siempre la botica D´MedicFarma cuenta con equipos adecuados para brindar la atención de calidad.

Los resultados de la investigación coinciden con el autor (Meneses, 2017) en su tesis titulada “la calidad del servicio e influencia en la satisfacción de los clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho,2017 “definitivamente influye en la satisfacción de los clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho ,en ocasiones ofrece buen servicio ,satisface moderadamente las necesidades de los consumidores; sin embargo, es posible que la prestación de los servicios a los requerimientos y las expectativas de los clientes consumidores son cuestionadas, mientras los restaurantes ofrezcan un mejor servicio aumentaran la satisfacción de los comensales, debido a que en la actualidad muestran serias limitaciones en cuanto a la calidad de los servicios, conforme a los resultados y el análisis efectuada. Como también los elementos tangibles en los restaurantes, ambientes, muebles, decoración y la higiene del local.

En relación al objetivo específico N°03: Determinar las Expectativas del cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso D´MedicFarma distrito de Carmen Alto_ Ayacucho, 2020

Habiendo realizado la aplicación de las encuestas a 25 clientes de la botica D´MedicFarma del distrito de Carmen alto, se indica que:

De acuerdo a la tabla 3 denominada: expectativas del cliente se observa que del 100% de los clientes encuestados que en total son 25 clientes encuestados; el 60% corresponde a 15 clientes

mencionan que siempre del personal, mantiene una apariencia presentable los precios de los productos son accesibles a los clientes que acuden a la botica D'Medicfarma.

Y el 64% corresponde a 16 clientes encuestados afirma que siempre los precios de los productos son accesibles a los clientes que acuden a la botica D'Medicfarma. Y el 56 % corresponde a los 14 clientes encuestados respondieron que siempre se habla de la botica D'MedicFarma, esto muestra que la empresa aun esta posesionado en el mercado sin embargo ya se habla de dicha botica.

Este resultado se compara con los resultados de (Loreña, 2019) obtenidos en su tesis titulada "calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurant_hotel el bambú del distrito de Pichanaki, 2019" determino que a través de la calidad de servicio se relaciona significativamente y propicia la satisfacción del cliente dado que todo depende de un buen servicio para tener ventas progresivas con un porcentaje de relación de 74.64%.

VII. CONCLUSIONES

La botica D'Medicfarma brinda calidad de servicio a sus clientes por contar con trabajadores competitivos y contar con los elementos tangibles y satisfacer las expectativas del cliente.

La botica D'Medicfarma brinda calidad de servicio a sus clientes debido a que el personal que labora es eficaz y amable a la hora de brindar la atención al cliente de la misma manera también brinda información adecuada en el tratamiento y uso de sus medicamentos y las promociones que oferta la botica D'Medicfarma.

La botica D'Medicfarma mantiene su área de trabajo limpio y ordenado y tiene señalizaciones como caja empaque que facilita al cliente a guiarse dentro del establecimiento; como también cuenta con equipos tecnológicos que facilita una atención rápida y segura.

La botica D'Medicfarma brinda productos a buen precio por lo que los clientes están satisfechos y recomienda a sus familiares. Por lo cual la botica D'Medicfarma tiene prestigio en el distrito.

VIII. RECOMENDACIONES

Motivar a sus trabajadores con incentivos para que sigúan brindando una atención de calidad a sus clientes.

Se debe informar al equipo de trabajo sobre las promociones que brinda la botica D'MedicFarma para ofrecer a los clientes.

Se recomienda a la botica D'MedicFarma a que siga ganándose la confianza y la lealtad de sus clientes para así poder posesionarse en el mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Ambrosio, Y. (2017). La calidad de servicio y los resultados economicos en los recreos turisticos del distrito de pillco marca-Hanuco,2017. (*tesis de licenciatura*). Universidad Catolica los Angeles de Chimbote, Hanuco.
- Araya, L. (2017). Calidad de servicio en Educacion Superior a Distancia. *tesis de doctorado*. Universitat de Barcelona, Barcelona.
- Armada, E. (2015). La satisfaccion del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes.Percepcion, analisis y evolucion. (*tesis de doctorado*). Universidad de Murcia, Murcia.
- Avila, H., Blanco, M., & Valledor, R. (2019). *La dimension metodologica del diseño de la investigacion cientifica*. Academia Universitaria (Edacum).
- Ayala, R. (2013). Caracterizacion de la calidad del servicio en las micro y pequeñas empresas del sector comercializacion-rubro venta por menor de productos farmaceuticos y medicinales (Boticas)en la ciudad de Huaraz 2013. (*tesis de licenciatura*). Universidad catolica los angeles de chimbote, Huaraz.
- Baena, G. (2014). *Metodologia de la investigacion*. Mexico: PATRIA,S.A.DE C.V.
- Blanco, C. (2013). *Comunicacion y atencion al cliente*. Macmillan Iberia,S.A.
- Bordas, M. J. (2016). *Gestion Estrategica del Clima Laboral*. Madrit: UNED-Universidad Nacional de Educacion a Distancia.
- Camacho, J. (2012). *Marketing de Servicios*. B-EUMED.
- Cjuno, L. (2017). Gestion de calidad con el uso del neuromarketing en las micro y pequeñas empresas del sector de servicio,Rubro Boticas de casco urbano.Chimbote,2016. (*tesis de licenciatura*). Universidad catolica los Angeles de Chimbote, Chimbote.
- Cruz & Olivares, C. (2014). *Metodologia de la investigacion*. Grupo Editorial Patria.
- Feria,Herrera yRodriguez, M. (2013). *Comida rapida:Calidad del servicio y fidelidad del cliente en Franquicias y Negocios familiares en Aguascalientes*. Universidad Autonoma Metropolitana, Mexico.
- Gonzaga, C. (2015). analisis de la calidad de servicio en la industria MICE. (*tesis doctoral*). Universidad de las Palmas de la Gran Canaria, Las Palmas de Gran Canaria.
- Goodman, J. (2014). *Atencion estrategica al cliente*. Buenos Aires: Pluma Digital.
- Liñan, R. (2014). caracterizacion de la calidad de servicios bajo el modelo servqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios -rubro hospedajes del distrito Huaraz. (*tesis de licenciatura*). Universidad catolica los Angeles de Chimbote, Huaraz.

- Lopez, E. (2015). *Marketig Cultural*. España: IC Editorial.
- Lopez, H. (2019). Gestion de calidad en atencion al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteleria, en el distrito de Rupa-Rupa Leoncio Prado, 2019. (*tesis de bachiller*). Universidad catolica los Angeles de Chimbote, Chimbote.
- Lopez, P. (2014). *Como gestionar las reclamaciones de sus clientes*. AENOR- Asociacion Española de Normalizacion y Certificacion.
- Loreña, D. (2019). calidad de servicio y satisfaccion del cliente en el restaurant-hotel el Banbu del distrito de Pichanaki, 2019. (*tesis de licenciatura*). universidad catolica los Angeles de Chimbote, satipo.
- Martinez & Gonzales, C. (2014). *Tecnicas e instrumentos de recogida y analisis de datos*. Madrid: UNED- universidad nacional de educacion a distancia.
- Mateos de Pablo, M. (2019). *Atencion al cliente y calidad en el servicio COMMOO2PO*. España: IC Innovacion y Cualificacion, S.L.
- Meneses, M. (2017). Calidad de servicio e influencia en la satisfaccion de clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho. (*tesis de licenciatura*). Universidad catolica los Angeles de Chimbote, Ayacucho.
- Merino & Pintado, M. (2015). *Herramientas para dimensionar los mercados: la investigacion cuantitativa*. Madrid: ESIC.
- Pedraza, B. N., & al, ". (2015). la calidad del servicio. *sistema de informacion cientifica redalyc red de revistas cientificas*, 40.
- Peña, A. (2014). Motivacion y calidad del servicio en las Mype, rubro panificadoras de la union- Piura, año 2012. (*tesis para optar el titulo de licenciatura*). Universidad Catolica los Angeles de Chimbote, Piura.
- Perez, L., Perez, R., & Seca, M. (2020). *Metodologia de investigacion cientifica*. Buenos Aires: Maipue.
- Pumachagua, Y. (2018). Satisfaccion del cliente en el restaurante Santo Menu, distrito de San Isidro, Lima, 2018. (*tesis de licenciatura*). Universidad Cesar Vallejo, Lima.
- Pumachagua, Y. (2018). Satisfaccion del cliente en el restaurante Santo Menu, distrito de San Isidro, Lima, 2018. (*tesis de licenciatura*). Universidad Cesar Vallejo, Lima.
- Quispe, R. (2019). Percepcion de la calidad del servicio universitario de los estudiantes en la escuela profesional de enfermeria, facultad de ciencias de la salud, universidad tecnologica de los andes filial Andahuaylas-2019. (*tesis de licenciatura*). Universidad nacional Jose Maria Arguedas, Andahuaylas.

- Reyes & Reyes & Rodriguez, o. &. (2012). *Percepcion docente de la calidad del servicio educativo universitario*. Universidad Autonoma de baja California, Sotavento M.B.A.
- Rodriguez, J. (2015). *Muestreo y preparacion de la muestra*. Cano Pina,SL.
- Ruiz, C. (2019). Gestion de calidad y competitividad en las mype rubro boticas del centro del distrito de las Lomas- Tambogrande,año 2019. (*tesis de licenciatura*). Universidad catolica los Angeles de Chimbote, Piura.
- Salazar & Cabrera, W. (2016). Diagnostico de la calidad de servicio,en la atencion al cliente,en la universidad nacional de Chimborazo-Ecuador. *Industrial Data*.
- Sanchez, A. (2020). calidad de servicio de docentes de las mypes,sector educacion,rubro instituciones educativas-caso:I.E.P.Divino Señor-provincia de Tumbes,año2019. (*tesis de licenciatura*). Universidad catolica los Angeles de Chimbote, Tumbes.
- Soriano "et al.", J. (2012). *Economia de la Empresa*. Barcelona.
- Toro&Villanueva, J. (2017). *Marketing Estrategico*. España: EUNSA.
- Torres, S. (2017). Calidad del servicio y competitividad en los restaurantes turisticos en el distrito Andres Avelino Caceres ayacucho,2016-2017. *tesis de licenciatura*. Universidad catolica los angeles de chimbote, Ayacucho.
- ULADECH. (2020). *Codigo de etica para la investigacion*. Chimbote: Universidad Catolica los Angeles de Chimbote.
- Vargas&Aldana, M. (2014). *Calidad y Servicio conceptos y herramientas*. Bogota: ECOE EDICIONES.
- Vertices, p. (2008). *Aspectos Practicos de la Calidad de Servicios*. España: publicaciones Vertice.

Anexos

Anexo 1: Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LA BOTICA D´MEDICFARMA
DISTRITO DE CARMEN ALTO_AYACUCHO, 2020

La presente encuesta es anónima y forma parte de un trabajo de investigación titulada
CALIDAD DE SERVICIO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO
BOTICAS: CASO D´MEDICFARMA, DISTRITO DE CARMEN ALTO_AYACUCHO,
2020

Que tiene por finalidad recolectar información, se le ruega responder con total sinceridad.

INSTRUCCIONES:

En el siguiente cuestionario se realiza 10 preguntas relacionadas a calidad de servicio que Ud.
Deberá marcar una de las tres alternativas.

Escala Likert				
Nunca	Casi Nunca	Con frecuencia	Casi siempre	Siempre

SEXO

MASCULINO

FEMENINO

PREGUNTA	VALORACIÓN				
	Nunca	Casi Nunca	Con Frecuencia	Casi Siempre	Siempre
1. ¿El personal de ventas de la botica D´Medicfarma le brinda información adecuada en el tratamiento y uso de medicamentos?					
2. ¿El trabajador le brinda información sobre las promociones, ofertas que ofrece nuestra botica D´Medicfarma?					
3. ¿usted considera que los trabajadores de la botica D´Medicfarma es eficaz al momento de brindarle la atención?					

4. ¿Los trabajadores de la botica D´Medicfarma atiende con amabilidad?					
5. ¿Cuándo usted acude a la botica D´Medicfarma el área de trabajo se encuentra limpio y ordenado?					
6. ¿Al realizar las compras en la botica D´Medicfarma usted se guía por las señalizaciones como caja, empaque?					
7. ¿La botica D´Medicfarma cuenta con equipos tecnológicos adecuados (computadoras, cámaras de seguridad) para brindar una buena calidad de servicio?					
8. ¿La botica D´Medicfarma cuenta con personal que mantiene una apariencia presentable (uniforme, imagen)?					
9. ¿En la botica D´Medicfarma los precios de los productos son accesibles?					
10. ¿Con que frecuencia se habla de la botica D´MedicFarma en tu distrito?					

Anexo 2: Consentimiento de la Empresa



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

Carta s/n°002 - 2021-ULADECH CATÓLICA

Sr. QUISPE CORDERO, Percy

Gerente general de la empresa: NAPO consultores y contratistas SAC.

RUC: 20604439435

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, TACAS QUISPE, Denia con código de matrícula N° 3111181363, de la Carrera Profesional de Administración, ciclo VIII, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado "CALIDAD DE SERVICIO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO BOTICAS: CASO D'MEDICFARMA DEL DISTRITO CARMEN ALTO, AYACUCHO, 2021." durante los meses de Setiembre, octubre, noviembre y diciembre del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,


NAPO
CONSULTORES Y CONTRATISTAS SAC
RUC: 20604439435

PERCY QUISPE CORDERO
GERENTE GENERAL


BOTICA
D'MEDIC FARMA
RUC: 20604439435
AV. NUESTRA GENERACIÓN MZ. 51 LOTE 05-A
CARMEN ALTO - HUAMANGA - AYACUCHO

Anexo 3: Constancia de validación

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo ...*C. Hechón*.....*Huacapistán*.....*Ayacucho*....., identificado con DNI ...*28.29.8065*... con carnet de colegiatura N°...*93.19*..... y con grado de *Licenciado en Administración*..

Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos, la encuesta elaborada por la estudiante TACAS QUISPE, Denia, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población-muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: CALIDAD DE SERVICIO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO BOTICAS: CASO D' MEDICFARMA DEL DISTRITO CARMEN ALTO, AYACUCHO, 2020 que se encuentra realizando, luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Ayacucho 14 de Noviembre del 2020


Lic. Adm. Álvaro Chuchón Huamani
CLAD, 0210

.....
Firma del experto

Anexo 04: Validación de Instrumentos según Expertos

APELLIDOS Y NOMBRES DEL INFORMANTE	INSTITUCIÓN DONDE LABORA	NOMBRE DEL INSTRUMENTO	AUTOR DEL INSTRUMENTO
Chacho Huamani Arturo	ULADECH	Calidad de Servicio	Delia Tacas Quipe

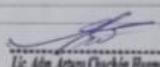
TÍTULO DE INVESTIGACIÓN "CALIDAD DE SERVICIO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO BOTICAS CASO: D MEDICFARMA DEL DISTRITO CARMEN ALTO, AYACUCHO, 2020"

TABLA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO POR EXPERTO UNIVERSIDAD CATÓLICA ULADECH-EPP AD
ASPECTO DE EVALUACIÓN

CRITERIO DE EVALUACIÓN	ITEM A EVALUAR	DEFICIENTE				REGULAR				BUENA				MUY BUENA				EXCELENTE			
		05	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Está formulado con lenguaje adecuado																				X
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables																	X			
3. Actualización	Está adecuado al avance de la ciencia y la tecnología																	X			
4. Organización	Está organizado en forma lógica																	X			
5. Suficiencia	Comprende aspectos cuantitativos																	X			
6. Intencionalidad	Está adecuado para medir los aspectos de interés																	X			
7. Consistencia	Está basado en aspectos teóricos científicos																	X			
8. Coherencia	Entre las variables, dimensiones e ítems																			X	
9. Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación																			X	
10. Pertinencia	Las dimensiones consideradas permiten evaluar la variable en su conjunto																			X	

I. OPINIÓN DE APLICACIÓN

II. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Ayacucho 14 noviembre 2020	23298065	 Lic. del. Arturo Chacho Huamani CLAS. 9218	978 849199
LUGAR Y FECHA	DNI N°	FIRMA DEL EXPERTO	TELÉFONO

Anexo 5: Porcentaje de Turnitin

INFORME DE ORIGINALIDAD

10%

INDICE DE SIMILITUD

10%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

22%

★ repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo