



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES  
RELEVANTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE  
PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y  
PEQUEÑA EMPRESA: CASO “FARMARECUAY E.I.R.L.”  
EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA**

**ANGELES VASQUEZ, DANITZA ROSALINDA  
ORCID: 0000-0003-1719-1686**

**ASESOR**

**CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS  
ORCID: 0000-0002-6399-5928**

**Chimbote, PERÚ  
2023**



**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**ACTA N° 0179-061-2023 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS**

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **15:15** horas del día **27** de **Junio** del **2023** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

**LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL** Presidente  
**ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA** Miembro  
**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE** Miembro  
**Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS** Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO "FARMARECUAY E.I.R.L" EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021**

**Presentada Por :**  
(1211181026) **ANGELES VASQUEZ DANITZA ROSALINDA**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **15**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciada en Administración**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

**LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL**  
Presidente

**ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA**  
Miembro

**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE**  
Miembro

**Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS**  
Asesor



## CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO "FARMARECUAY E.I.R.L" EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021 Del (de la) estudiante ANGELES VASQUEZ DANITZA ROSALINDA, asesorado por CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 5% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 24 de Noviembre del 2023



Mgtr. Roxana Torres Guzman  
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

## DEDICATORIA

A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

Finalmente quiero dedicar este proyecto a todos mis seres queridos, por apoyarme cuando más los necesito, por extender su mano en momentos difíciles mil gracias.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

También agradezco a nuestro asesor de proyecto por su incondicional apoyo, por cada uno de sus conocimientos que nos permitieron llevar a cabo este proyecto de grado.

A la Universidad, a nuestros excelentes profesores quienes nos acompañaron durante todo nuestro proceso de aprendizaje y siempre estuvieron ahí cuando necesitábamos un consejo.

## ÍNDICE GENERAL

CARATULA.....	I
JURADO EVALUADOR Y ASESOR.....	II
DEDICATORIA .....	III
AGRADECIMIENTO .....	IV
ÍNDICE GENERAL .....	V
RESUMEN .....	IX
ABSTRACT.....	X
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
2.1. Antecedentes .....	4
2.2. Bases teóricas .....	8
2.3. Hipótesis.....	16
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1. Nivel, tipo, y diseño de investigación. ....	17
3.2. Población y Muestra.....	18
3.3. Matriz de operacionalización de variables .....	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
3.5. Método de análisis de datos. ....	20
3.6. Aspectos Éticos .....	21
IV. RESULTADOS .....	23
4.1. Resultados .....	23
4.2. Discusión.....	34
V. CONCLUSIONES .....	46
VI. RECOMENDACIONES .....	47
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA .....	48

ANEXOS .....	53
Anexo 01 Matriz de consistencia.....	53
Anexo 2: Instrumento de Recoleccion de datos .....	54
Anexo 3: Validación de juicio de expertos.....	56
Anexo 4: Confiabilidad del instrumento .....	62
Anexo 5: Consentimiento Informado .....	63
Anexo 06: Documento de aprobación para la recolección de la información .....	67
Anexo 07: Evidencia de ejecución (Declaración Jurada, base de datos) .....	68

## LISTA DE TABLA

<b>Tabla 1.</b> Proceso de ventas en tiempo, stock y calidad. ....	23
<b>Tabla 2.</b> Respuesta ante dudas y consultas.....	24
<b>Tabla 3.</b> Solución oportuna por parte del personal ante algún reclamo que se presentó.....	25
<b>Tabla 4.</b> Servicio y adquisición del producto.....	26
<b>Tabla 5.</b> Recomendación sobre los servicios y calidad de los productos que brinda	27
<b>Tabla 6.</b> Satisfacción en el cumplimiento de lo ofrecido y lo promocionado.....	28
<b>Tabla 7.</b> Sistema de control de stock de medicamentos.....	29
<b>Tabla 9.</b> Comercialización de medicamentos de alta calidad .....	31
<b>Tabla 10.</b> Sugerencias para la mejora de la venta de medicamentos .....	32
<b>Tabla 11.</b> Propuesta de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la micro pequeña empresa: Caso “FARMARECUAY E.I.R.L” EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021.....	33

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Proceso de ventas en tiempo, stock y calidad.....	23
<b>Figura 2.</b> Respuesta ante dudas y consultas .....	24
<b>Figura 3.</b> Solución oportuna por parte del personal ante algún reclamo que se presentó.....	25
<b>Figura 4.</b> Servicio y adquisición del producto .....	26
<b>Figura 5.</b> Recomendación sobre los servicios y calidad de los productos que brinda	27
<b>Figura 6.</b> Satisfacción en el cumplimiento de lo ofrecido y lo promocionado.....	28
<b>Figura 7.</b> Sistema de control de stock de medicamentos.....	29
<b>Figura 8.</b> Tiempo de entrega de los medicamentos.....	30
<b>Figura 9.</b> Comercialización de medicamentos de alta calidad .....	31
<b>Figura 10.</b> Sugerencias para la mejora de la venta de medicamentos .....	32

## RESUMEN

Se realizó un estudio, en el cual se tuvo como propósito de aplicar propuestas de mejora de la satisfacción al cliente en el rubro de Farmacia caso “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021. Para una buena gestión de calidad y así obtener una buena rentabilidad, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes de un modo eficiente, donde se planteó el siguiente problema ¿cuáles son las propuestas de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de la calidad en la micro y mediana empresa caso “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021? La investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo, para la recolección de datos se usó una muestra censal de 55 Clientes de la empresa, a quienes se les solicitó que respondieran a un cuestionario de 14 Preguntas, logrando obtener resultados como, el 52.73% de los clientes siempre están satisfecho con el servicio y adquisición del producto en la Farmacia Recuay, el 47.27% de los clientes siempre le satisface el tiempo de entrega de los medicamentos en la farmacia Recuay, el 49.09% de los clientes algunas veces los medicamentos que comercializa la farmacia Recuay le satisface su necesidad de contar con medicamentos de alta calidad. El estudio concluye que para la satisfacción de los clientes en donde se debe mejorar mucho es el servicio, adquisición del producto, el tiempo de entrega y la calidad que son aspectos muy importantes.

**Palabras clave:** expectativas, observado, rendimiento, satisfacción.

## ABSTRACT

A study was carried out, in which the purpose was to apply proposals to improve customer satisfaction in the Pharmacy category, case "FARMARECUAY E.I.R.L" in the city of Huaraz, 2021. For good quality management and thus obtain a good profitability, satisfying the needs of our customers in an efficient way, where the following problem was raised: what are the proposals to improve the relevant factors of customer satisfaction for quality management in micro and medium-sized companies case " FARMARECUAY E.I.R.L" in the city of Huaraz, 2021? The research was of a non-experimental, cross- sectional, descriptive design, for data collection a census sample of 55 Clients of the company was used, who were asked to answer a questionnaire of 14 Questions, obtaining results such as 52.73 % of the clients are always satisfied with the service and purchase of the product at the Recuay Pharmacy, 47.27% of the clients are always satisfied with the delivery time of the medicines at the Recuay Pharmacy, 49.09% of the clients sometimes the medicines that the Recuay pharmacy sells satisfies your need for high-quality medicines. The study concludes that for customer satisfaction where much must be improved is the service, product acquisition, delivery time and quality that are very important aspects.

**Keywords:** expectatios, observed, performance, satisfaction.

## I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente las micro y pequeñas empresas tienen una participación fundamental en la economía peruana y también a nivel global, debido a que producen puestos de trabajo y crean un mercado activo. Las Mypes se rigen por la ley N°30056 cuyo objetivo es la rentabilidad y formalización a fin de desarrollar la empleabilidad y aporta al PBI. Por otro lado, el nacimiento de las Mypes ha permitido que gran parte de la población peruana tenga una mejor calidad de vida y se ha visto la importante de su desarrollo debido a que genera riqueza y trabajo (Abal, 2019).

Por lo manifestado, aunque las Mypes generen desarrollo en la economía de un país, la satisfacción al cliente suele ser dificultoso a gran parte de las Mypes, debido a la carencia de un plan estratégico, la ignorancia de la satisfacción del cliente con el servicio y producto que ofrece, entre otros, trayendo como resultado el fracaso en el mercado. Solo el 10% de las Mypes son formales y el resto no, como es el caso de los departamentos de Piura, Amazonas y Loreto, debido a la poca información del empresariado sobre el privilegio de constituir una Mypes (Comex Perú, 2020).

La satisfacción de los clientes en tiempos actuales es primordial para toda organización, debido a que se logra la fidelización de los clientes. Por consiguiente, en los países más desarrollados económicamente se identifican los problemas, como en España en el que presenta problemas de personal especializado e incorporación de ayudantes, nula preparación del personal, mal servicio al cliente, entre los principales problemas las cuales nos conllevan a la insatisfacción del cliente, este suceso se debe quizá por la falta de uso de la gestión de la calidad dentro de las organizaciones. (Walinson, 2018).

Las Mypes europeas presentan problemas en la gestión de calidad, por ese motivo se tiene que crear mejoras apropiadas para cada empresa en particular, con el fin de revertir estos datos negativos y así cumplir con las metas fijadas (Rozo, 2018).

En el Perú, la satisfacción al cliente es primordial para la fidelización del cliente a una proyección futura; sin embargo, las organizaciones no toman importancia a este punto, por tal razón no miden el grado de satisfacción de los clientes, suponen que, si los clientes no reclaman, todo va en buen camino, teniendo mala información en la satisfacción de su clientela, trayendo como consecuencia la pérdida de los clientes (Rogel, 2018).

Para la aplicación de una correcta gestión de calidad, es básico identificar la demanda de las personas al momento de la obtención de un bien o servicio; es así que, la satisfacción del cliente es uno de los puntos primordiales de estudio para comprender el comportamiento del cliente, son estas las que emiten un juicio de valoración y como resultado el rendimiento empresarial (Morocho, 2019).

En el departamento de Ancash las cadenas de boticas como Mi farma, Inka farma, BTL, Arcángel, entre otras existentes dedicadas al mercado farmacéutico, no satisfacen a sus clientes a causa de un paupérrimo servicio al cliente, ante tanto reclamo de las personas, se evidencia un indicador objetivo del tipo de calidad de servicio brindado no es óptimo y que se debe intervenir para corregir tales falencias.

El MINSA (2020) reconoce a la calidad de la atención como principio básico de la atención en salud, planteando que la calidad es un conglomerado de propiedad técnica, humanas, materiales y científicas que deben gozar la atención de la salud que se ofrece a los clientes para satisfacer sus necesidades.

En los tiempos de Covid-19, con sus distintas variantes, en la ciudad de Huaraz las micro y pequeña empresa (MYPE) compuestas por el rubro de farmacias, se presenta un problema que envuelven al tema de gestión de la calidad, puesto que se observa que la satisfacción al cliente depende del desempeño percibido de un producto en relación a las expectativas del comprador. Si el desempeño del producto es inferior a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si el desempeño es igual a las expectativas, el cliente estará satisfecho. Si el desempeño es superior a las expectativas, el cliente estará muy satisfecho e incluso encantado.

En la ciudad de Huaraz los empresarios dedicados al rubro de farmacias tienen una pobre formación en gestión de calidad y satisfacción al cliente. La mayoría de los estudios muestran que un nivel más alto de satisfacción del cliente conlleva a mayor lealtad del cliente, lo que a su vez provoca un mejor desempeño de la empresa (Rogel, 2018).

Por estas razones es importante plantear propuestas de mejora para tener una adecuada gestión de calidad. Se plantea el siguiente problema de investigación: ¿cuáles son las propuestas de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de la calidad en la micro y mediana empresa caso “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021?

Según el problema planteado el objetivo principal es: Establecer propuestas de mejora de la satisfacción del cliente para la gestión de la calidad de la micro y mediana empresa: caso

“FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021. Para el cumplimiento del objetivo principal se establece los siguientes objetivos específicos: 1. Detallar las características del rendimiento percibido como factor relevante de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021. 2. Describir las características de la expectativa como factor relevante de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021. 3. Identificar las características del nivel de satisfacción como factor relevante de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021.

El siguiente trabajo de investigación se justifica porque se planteara propuestas de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente, también se establecerá la importancia que tiene satisfacer las diferentes expectativas y necesidades de los usuarios de las farmacias para que se pueda incrementar la fidelización, las ventas y subir el prestigio de la empresa; se tomara como objetivo de la investigación una micro y pequeña empresa que ya lleva un buen tiempo en el mercado farmacéutico, también, dicha investigación, será de apoyo para aquellos empresarios que se inician en este tipo rubro relacionadas en gestión de la calidad y la satisfacción de satisfacción de los clientes en las micro y pequeñas empresas rubro farmacias en la ciudad de Huaraz.

La investigación será de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, de diseño no experimental, transversal; la población estará conformada por 55 clientes, pertenecientes al rubro farmacia caso Farmarecuay en la ciudad de Huaraz, de las cuales la muestra de investigación será de 55 clientes.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes

#### 2.1.1. Antecedentes Internacional

Arias y Romero (2019) en su tesis “*Nivel de servicio al cliente prestado a los usuarios de los dispensarios de éticos serrano Gómez Ltda - Colombia*”, Presentado en la universidad Simón Bolívar para obtener el título de Especialización en Gerencia e Innovación, el objetivo principal fue proponer estrategias que fortalezcan el servicio al cliente en los dispensarios de Éticos Serrano Ltda. Debido a la emergencia del COVID-19. Este estudio se desarrolló con enfoque cuantitativo y cualitativo con nivel descriptivo y no experimental, para obtener la información se realizó una encuesta utilizando el método SERVQUAL y además las preguntas contaban con una escala tipo Likert (1 a 5) para facilitar la medición del instrumento, esta encuesta se usó en tres dispensarios, los resultados obtenidos fueron deficiencia en el servicio que actualmente se presenta en la empresa objeto de estudio. En las conclusiones tenemos que la mayor falencia de los dispensarios está en la actitud y el conocimiento de los empleados de los dispensarios para da una respuesta oportuna a los usuarios de las EPS y ARL con un convenio vigente con Éticos Serrano Gómez Ltda.

Castillo (2019) en su tesis “*Evaluación de la satisfacción al cliente interno y el clima organizacional en la unidad gestión de servicios generales del área de salud paraíso cervantes, Colombia - 2019*”, presentado en el Instituto Centroamericano de Administración Pública para lograr el grado académico de Magiser Scientiae en Gerencia de la Salud, el objetivo principal fue aplicar un examen de la satisfacción del servicio al cliente y el clima organizacional en la unidad de Gestión de Servicios Generales del area de salud de paraíso cervantes en el año 2019. Dicho estudio se elaboró con enfoque cuantitativo y cualitativo con, con nivel descriptivo y no experimental, para obtener la información se realizó una encuesta con 80 ítems con respuestas de verdaderas y falsas, con 9 funcionarios encuestados. Se llegó a las siguientes conclusiones donde se logra descubrir las fortalezas y debilidades del clima organizacional y la satisfacción del servicio que brinda la unidad.

Toral, et al. (2019) en su tesis “*La gestión del entorno comercial y su relación con la calidad del servicio al cliente en el mercado farmacéutico, Loja – Ecuador*”. Presentada en la Universidad Nacional De Loja para obtener el grado de Química Farmacéutica, donde el objetivo principal fue analizar la relación entre el entorno comercial con la calidad de los servicios. La presente investigación con enfoque cuantitativo, con nivel descriptivo y no

experimental, los datos fueron tomados de un cuadernillo con preguntas abiertas a 204 personas que trabajan en la farmacia, 68 directivos y 136 personal que brinda servicio de atención al cliente, se tuvo como resultado el 57.4% y 68.8% indicando que la calidad del servicio es buenas y muy buenas. Se llegó a las siguientes conclusiones que los clientes tienen una percepción positiva de los elementos tangibles de la fiabilidad.

Gonzales, Lauren (2018) en su tesis “*Estudio de Endomarketing para determinar la satisfacción del cliente interno en la IPS En salud Colombia S.A.S*”. Presentado en la Universidad Autónoma De Occidente Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas Programa Mercadeo Y Negocios Internacionales Santiago De Cali 2018, donde el objetivo principal fue medir el grado de satisfacción de los clientes internos de la IPS en salud Colombia SAS, la presente investigación se elaboró con un enfoque cuantitativo, con nivel descriptivo y no experimenta, se tuvo como muestra 37 usuarios para la toma de datos se tomó una encuesta con preguntas cerradas y un cuestionario con preguntas abiertas, los resultados indican la satisfacción positiva de los clientes, se llegó a las siguientes conclusiones que la empresa tienda a mejorar la comunicación interna, el ambiente laboral y el trabajo grupal.

### **2.1.2. Antecedentes Nacionales**

Dionisio (2020) en su tesis “*Satisfacción del cliente y el posicionamiento de la empresa farmacéutica botica biofarma del distrito de Huánuco – 2020*”, presentado en la universidad Católica los Ángeles de Chimbote, tuvo como objetivo general, Determinar de qué manera la satisfacción del cliente se relaciona con el posicionamiento en la empresa farmacéutica Botica Biofarma del Distrito de Huánuco – 2020, en su metodología y el tipo de investigación, El tipo de investigación que se empleará será cuantitativo, dado que nos basaremos en resultados numéricos para poder interpretarlo y comprender la variable del estudio. Tal como lo explican Hernández, Fernández y Baptista (2014), cuando se utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” relacionados con la investigación. El nivel de la investigación que se utilizará será la descriptiva; pues detallara las características y cualidades que mantienen las variables de estudio. Al respecto, Martínez y Benítez (2016) proponen que; Buscan especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. En esta clase de

estudios el investigador define, o al menos visualiza, qué se medirá y sobre qué o quiénes se recolectarán los datos.

Mendieta (2020) en su tesis “*Nivel de satisfacción del usuario del servicio de farmacia del Centro de Salud Melvin Jones, distrito el Porvenir- junio 2020*”. Presentado en la Universidad Cesar Vallejo, donde el objetivo principal fue determinar el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de farmacia del centro de salud Melvin Jones. La presente investigación se desarrolló con enfoque cuantitativo, con nivel descriptivo y no experimental, se contó de una población de 540 usuarios y una muestra de 70 usuarios, se tomó un cuestionario con 22 preguntas, para los resultados se estimó las dimensiones de calidad de servicio ya que está relacionado con la satisfacción, se llegó a las siguientes conclusiones que el servicio de farmacia cumple con la necesidad total del usuario externo brindando un nivel alto de satisfacción de la atención ofrecida.

Chávez (2019) en su tesis “*Calidad de servicio y satisfacción de usuarios que acuden al servicio de farmacia del Hospital El Esfuerzo, Trujillo 2019*”. Presentado en la Universidad Cesar Vallejo, donde el objetivo principal fue determinar la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios que concurren al servicio de farmacia del hospital El Esfuerzo, la presente investigación tuvo en enfoque cuantitativo, con nivel descriptivo y no experimental, se tuvo como población 1123 usuarios y una muestra de 286 usuarios quienes fueron evaluados mediante el método de aleatorio simple, para la recolección de datos se tomó un cuestionario, donde se obtuvo como resultado de 40,9% se encuentran satisfechos con el servicio, se llegó a las siguientes conclusiones, que los usuarios se manifestaron satisfechos siempre que la calidad de atención fue valorada de buena en todas sus formas.

### **2.1.3. Antecedentes locales o regionales**

Egúsquiza (2019) en su tesis “*Nivel de Satisfacción de usuarios que acuden al servicio de odontología en un Centro de Salud de la provincia de Chimbote en el Año 2019*”, presentado en la Universidad Privada Norbert Wiener, el objetivo principal es determinar el nivel de satisfacción de usuarios que acuden al servicio de odontología en un centro de salud de la provincia de Chimbote en el año 2019, la presente investigación tuvo un enfoque cuantitativo, con nivel descriptivo y no experimental, para la toma de datos se usó un cuestionario de SERVQUAL la cual estuvo presentado por 5 dimensiones de medición donde

presenta de 44 preguntas con 459 personas encuestadas, se tuvo como resultado un 8.9% satisfactorio y un 91.9% insatisfactorio, se llegó a las siguientes conclusiones, que el nivel de satisfacción de los usuarios fue insatisfactorio.

Sevillano (2019) en su tesis “*Calidad del servicio y satisfacción en usuarios con VIH en el Hospital La Caleta, Chimbote, 2019*”. Presentado en la Universidad San Pedro, teniendo como propósito conocer la relación entre los constructos calidad del servicio y satisfacción de los usuarios con VIH atendidos en el Hospital La Caleta, la presente investigación disminuye una brecha en la línea de investigación de gerencia estratégica, el estudio tuvo un enfoque de tipo cuantitativo clasificado en el tipo de investigación descriptivo, correlacional, de diseño no experimental, transversal, la recolección de datos fue de tipo prospectivo, debido que se aplicó el instrumento de medición SERVQUAL, la muestra seleccionada fue de 88 pacientes, atendidos en el periodo 2019 en dicho nosocomio, los resultados están organizados en tablas y figuras utilizando Microsoft Excel 2019, la contratación de hipótesis, se realizó mediante Chi Cuadrado y correlación de Spearman. Los resultados obtenidos en las pruebas estadísticas fueron  $X^2 = 48.881$  y  $p\text{-valor} = 0.000$  y de Spearman obtenido un  $Rho = 0.790$  con una significancia de  $p\text{-valor} = 0.000$ , logrando determinar la existencia de correlación directa entre ambas variables de manera significativa. Asimismo, ambas variables fueron percibidas como bueno por el 22.73% de los encuestados.

Norabuena (2018) en su tesis “*estrés laboral y satisfacción de los trabajadores de la dirección regional de salud de Ancash - Huaraz, 2016*”, presentado en la UNASAM para obtener el grado de maestro en Administración Mención en Administración de Negocios, MBA, el objetivo principal fue determinar la relación que existe entre ambas variables: Estrés laboral y Satisfacción. La investigación se realizó con un enfoque cuantitativo, con nivel descriptivo y no experimental, la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario estructurado con un total de 234 personas encuestadas de la DIRESA-Ancash, donde se obtuvieron los siguientes resultado respecto al total se observa que el 39% de los trabajadores de la Dirección Regional de Salud de Ancash consideran un nivel medio de Estrés Laboral, el 31% consideran un nivel bajo de Estrés y el 30% consideran un nivel alto de Estrés Laboral. Mientras que para la variable satisfacción el 34% de trabajadores perciben una satisfacción entre media y baja respectivamente. Entre ambas variables, el 34% de trabajadores de la Dirección Regional de Salud de Ancash presenta un nivel medio de estrés laboral y a su vez un nivel medio de satisfacción.

## 2.2. Bases teóricas

### **Satisfacción del cliente.**

Piero (2018) indica que la satisfacción del cliente es un asunto muy grande, de constante evolución, la preferencia del cliente hacia un producto de una empresa es lo que se toma como concepto y se denomina satisfacción al cliente, en el cual se busca expresar la tendencia del cliente hacia una organización. Se tiene a similitud entre la demanda de los clientes y sobre los requisitos y pedidos.

Kotler y Armstrong (2017) indican que hoy en día la satisfacción del cliente es muy importante para las empresas ya que se ha cambiado las costumbres de compras, además se da por entender como la evaluación que usa el cliente atribuido a un servicio dado y que tiene dependencia a la manera en que el servicio da resultado a sus necesidades y expectativas, en este escenario no se da una insatisfacción. Dicha evaluación realizada por el cliente es después de realizada la compra de un producto o servicio, y se da en relación a las expectativas creadas antes de la adquisición del bien o servicio.

### **Dimensión 1. Rendimiento observado**

Para Mateos de Pablo y Torre (2022) el rendimiento observado es la percepción del cliente sobre un bien o servicio que obtuvo o va a obtener, se tiene las siguientes características percepción, opiniones y resultados obtenidos

Características principales del rendimiento observado:

- Se decide desde la observación del cliente, mas no de la organización.
- Tiene fundamento en el grado de satisfacción que el cliente recibe por parte del producto o servicio.
- Tiene fundamento en las observaciones del cliente, no exclusivamente en la realidad.
- Soporta el golpe de las críticas de otras personas que intervienen en el cliente.
- Dependiente del momento de humor del cliente y de su inteligencia.

Debido a su extensidad, el rendimiento percibido puede ser definido después de una profunda investigación que tiene su inicio y fin en el cliente.

## **Indicadores**

### **- Apreciación del cliente**

Se define como la percepción que el cliente presenta ante el producto o servicio de una organización, asimismo la institución realiza estrategias de medidas para mostrar al cliente el valor de la importancia de sus productos (Mateos de Pablo y Torre, 2022)

### **- Juicio del cliente**

Es la opinión que se va presentar durante cada interacción que ha tenido el cliente, con la institución (Mateos de Pablo y Torre, 2022).

### **- Efectos obtenidos**

Impacto que el cliente obtiene al momento de adquirir el producto o el servicio brindado (Mateos de Pablo y Torre, 2022).

## **Dimensión 2. Expectativa**

Según Izquierdo (2019) las expectativas son los beneficios de los bienes o servicios que la organización ofrece y que causan las expectativas a los clientes tiene como indicadores precio del producto, promesa de la empresa, información, atención pronta.

En estas situaciones se generan las perspectivas de los clientes:

- Ofertas que realizan las organizaciones respecto a las bondades que brinda el servicio y/o producto.
- Pruebas en adquisiciones anteriores.
- Dictamen de conocidos, familiares, amistades y dirigentes de opinión.
- Ofrecimiento que brindan los competidores

## **Indicadores**

### **- Referencia**

Es el proceso mediante el cual el cliente va a recomendar a su entorno, a la empresa y el producto adquirido (Izquierdo, 2029)

### **- Oferta de la organización**

Oferta de productos o bienes que realiza la empresa, para poder satisfacer las necesidades del cliente.

Izquierdo (2019) manifiesta que hoy en día las empresas u organización buscan fidelizar a sus clientes, por ende, buscan estrategias de como promocionar sus instituciones, una de las estrategias es ofertar sus productos, para así poder ser reconocidos en el mercado.

- **Servicio oportuno**

Acciones que el gerente o trabajador de la empresa ofrece al cliente con la finalidad adquirir el producto en el momento adecuado (Izquierdo, 2019).

**Dimensión 3. Satisfacción**

El servicio o bien cumple las expectativas del cliente y tiene como indicadores expectativas y recomendaciones (Izquierdo, 2019).

Los tres niveles de satisfacción que experimentan los clientes:

- **Insatisfacción:** se genera cuando las bondades del producto apreciado no llegan a cumplir las expectativas del cliente.
- **Satisfacción:** se genera cuando las bondades del producto apreciado concuerdan con las perspectivas del cliente.
- **Complacencia:** se genera cuando el desempeño percibido sobrepasa a las expectativas del cliente.

Kotler y Armstrong, (2017) manifiesta que además el cliente es el núcleo en torno el cual debería girar siempre la política de cualquier organización, se impone un cambio fuerte en la cultura de las organizaciones en la retención y fidelización de los clientes, teniendo como mayor valor de las empresas a estas.

**Indicadores.**

- **Esperanzas del cliente**

Izquierdo (2019) indica que la atención adecuada, productos calidad que el cliente está acostumbrado a recibir de una empresa, es decir la esperanza de los clientes es todo lo bueno que el cliente espera de la institución.

- **Sugerencia**

Es la recomendación o sugerencia que el cliente exprese de una organización (Izquierdo, 2019).

**Beneficios de satisfacción al cliente**

Según MINSA (2019) expone que la medicina de calidad debe de ser muy accesible al ciudadano, a precio justo y lo más resaltante es que experimenten una gran satisfacción en cada adquisición que realicen, puesto a que de esto depende la fortaleza de la empresa, además se

estima que los clientes constantemente buscan ofertas, promociones, excelentes precios, excelentes servicios y productos.

Por esta razón, para llegar a la satisfacción del cliente al adquirir los bienes, las organizaciones nacionales, deben renovar periódicamente su catálogo, llevando a cabo en orden por ley, debido a que de esto depende la solides de la empresa.

Thompson (2019) indica que se puede resumir en tres grandes beneficios que nos da una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente. Primer beneficio es que el cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar, por tal motivo la organización tiene el beneficio de la lealtad, por tanto, la posibilidad de vender en un futuro el mismo producto o un distinto producto. Segundo Beneficio es que el cliente satisfecho comunica a otros clientes su buena experiencia, en tal sentido, la organización obtiene como beneficio una difusión gratuita. El tercer beneficio es que un cliente satisfecho deja de lado a la competencia, es por tal motivo que la empresa tiene el beneficio de un lugar en el mercado.

#### **Elementos de la satisfacción.**

García et al. (2021) indican que se puede diferenciar tres tipos de elementos como elementos básicos, aquellos que son imprescindibles en el producto. Si el cliente no los tiene va a estar muy insatisfecho, pero el hecho de tenerlos no va a generarle una mayor satisfacción porque los da por hecho. Elementos de mejora, son factores que dan satisfacción adicional al cliente. A mayor cantidad de ese factor haya, más satisfecho estará ese cliente. Elementos sobre calidad, es aquello que el cliente no espera, que no se imagina, y que le produce una extra de satisfacción.

#### **Los niveles de Satisfacción**

Thompson (2019) manifiesta que los clientes experimentan tres niveles de satisfacción las cuales son insatisfacción se da cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente, satisfacción se da cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente y complacencia se da cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

#### **La importancia de la satisfacción del cliente**

El servicio es una necesidad más visible en estos últimos tiempos con referencia a la retención al cliente, el cual tiene relevancia por la constante competencia.

Izquierdo (2019) indican que la relevancia de la satisfacción al cliente nos permite la sostenibilidad de las organizaciones en el mercado que interactúa, es decir, la fundamento de la

empresa es la satisfacción al cliente, indeterminado de su clase de acción, de allí parte la relevancia de fijar diseños de atención al cliente, modalidades de valoración al servicio que ofrecen, estructuras de política, estructuras y organización que logren administrar perfectamente la unidad de negocio y a la misma vez satisfacer a los clientes apropiadamente, lo mencionado anteriormente se transforma en valor agregado, los competidores tomaran en consideración en el momento en que ofertan sus servicios, por lo cual se diferenciaran al resto.

### **Gestión de calidad**

**Línea de investigación,** Gestión de la calidad en los procesos administrativos de la micro y pequeñas empresas (MYPES)

Cristofani (2020) indica que gestión de calidad es un sistema de gestión como un conjunto de elementos de una organización interrelacionados, también los sistemas de gestión pueden tratar de una disciplina o muchas disciplinas.

Plaza y Jazmín (2018) mencionan que se define a los medios por el cual nos conduce a la calidad, integrándolo al procedimiento de gestión que involucra dirección, Gobierno, y coordinación de actividades. El concepto referido a gestión de calidad ofrece que la dirección pudiera planificar estrategias. Se incorporan sistemas de ayuda para el dominio de los resultados de la gestión de la calidad a asentar mejoras continuas a más adelante de forma continua.

Pradana y García (2019) indican que la gestión de la calidad no se centra únicamente en el producto final o calidad de los procesos, es importante que todos los participantes de estos procesos tengan participación en estos procesos para que se pueda llevar a cabo una buena gestión de calidad, y tomar en cuenta a los clientes, en los antecedentes se ha desarrollado un amplio sistemas de gestión de calidad, son un camino a seguir para las organizaciones que deseen usar la gestión de la calidad de forma apropiada.

Jabaloyes (2020) define a la gestión de la calidad como un conjunto de ideas, sistemas y modelos extrayendo metodologías, que forman un nuevo perfil para su administración, con ética y orientación, una decisión donde los productos y servicios cumplan sus expectativas de los clientes, donde la calidad sea una mejora continua, por tal motivo los colaboradores aprender y difundir la sabiduría empresarial.

Gonzáles (2020) menciona que un sistema de gestión de calidad se puede tomar en cuenta como una estrategia que una organización realiza la gestión empresarial en todo lo relacionado a sus productos y servicios, también los procesos para producirlos. Se toma en

cuenta la estructura organizacional, la documentación del sistema, los procesos, y los recursos necesarios para alcanzar los objetivos de calidad, satisfaciendo al cliente. El ciclo de Deming, es usado modernamente, tanto por el diseño como en el desarrollo e implementación de sistemas de gestión de calidad. En el momento de uso de mejoramiento continuo el PHVA (planificar, hacer, verificar y actuar) se constituye una herramienta de mucha utilidad para el análisis, seguimiento y mejora de los procesos y del sistema.

### **Dimensión 1. Planificar**

Introducir los objetivos como también los procesos necesarios para obtener resultados según los requisitos del cliente. Teniendo en cuenta las políticas de la organización (González, 2020).

### **Dimensión 2. Hacer**

Consta en la parte operativa del sistema, en otras palabras, es su implementación y desarrollo (González, 2020).

### **Dimensión 3. Verificar**

Es el seguimiento y medición de los procesos y productos para comparar los resultados con los objetivos que se tuvo planificado. Dicha verificación se da a través de los indicadores de desempeño y corresponde a la norma con los aspectos vinculadas a las auditorías internas (González, 2020).

### **Dimensión 4. Actuar**

Respecto a la diferencia entre los resultados y objetivos planteados, ya sea para la corrección o eliminación de las causas de las desviaciones, o para realizar acciones para mejorar continuamente el desempeño del sistema (González, 2020).

### **Beneficios de la Gestión de Calidad**

Torres (2018) manifiesta que en primero tenemos que tener presente el uso de la norma ISO 9001 que aportará beneficios en las pequeña y grandes empresas, ya que la norma permitirá a dichas empresas poder gozar de buenos sistemas de Gestión de la calidad que permitirá a lograr una disminución de costes como también aumento en la eficiencia. El uso de esta norma nos trae beneficios como: promueve la participación de los trabajadores, se logra una mejor imagen y credibilidad ante terceros, una mejor satisfacción de los clientes, una cultura de mejora continua, brinda un mejor panorama para la toma de decisiones de las empresas.

## **Indicadores de Gestión de Calidad**

Torres (2018) manifiesta que los criterios usados miden el nivel de calidad y de cómo están gestionando en el interior de una organización, estos son llamados indicadores de la Gestión de la Calidad, el cual permite a la empresa saber si está realizando una buena gestión de la calidad, las organizaciones que usen o busquen usar el sistema de gestión de calidad es de suma importancia que tengan conocimiento de lo indicadores para lograr medir su correcto uso.

Peña (2017) manifiesta que para el correcto uso de la gestión de la calidad existen una gran cantidad de indicadores las cuales varían de acuerdo al objetivo de la organización y su rubro correspondiente, estos indicadores aplicados por diferentes organizaciones son las siguientes:

- **Cobertura.** La organización cuenta con la capacidad de lograr la satisfacción de un gran número de clientes, para poder ejecutarlo es de vital importancia el estudio de oferta y demanda del mercado.
- **Eficacia.** El bien y servicio tienen la capacidad y características que oferta una organización para lograr la satisfacción de sus clientes.
- **Valoración de ventas.** Para una empresa el número de ventas significa un valor de suma importancia, por medio de las ventas las empresas recaudan los recursos económicos para así seguir creciendo empresarialmente, también es un indicativo para su permanencia en el mercado.
- **Satisfacción al cliente.** El producto desarrollado para satisfacer al cliente, tiene que lograr su objetivo de satisfacer al cliente, de allí radica la importancia del estudio del público objetivo o cliente objetivo y conocer sus necesidades y exigencias para poder concentrarse en satisfacerlas.
- **Competitividad.** Capacidad de una organización para poder sacar provecho al valor agregado que puede tener su empresa o sus productos, permitiéndoles obtener una cierta superioridad competitiva con respecto a otras organizaciones que operan en el mercado.

## **MYPES**

Quilla (2020) indica que las MYPES en tiempos de COVID-19, el Perú tuvo como objetivo, analizar los desafíos empresariales en las MYPES en tiempos de COVID-19, los consultores empresariales manifiestan que el estudio tiene como objetivo de conocer con

profundidad los desafíos empresariales que atraviesan las MYPES en tiempos de crisis e incertidumbre.

### **Farmacias**

Rojas (2019) manifiesta que el mercado farmacéutico peruano es altamente competitivo, al generar ventas que alcanzan 4000 millones de dólares al año. En estos tiempos, el cambio a lo digital ha impactado profundamente en el rubro. Las operaciones de un laboratorio farmacéutico, muy aparte de la producción de medicamentos se centran en crear la demanda por medio de la visita médica.

DIGEMID (2020) indica que en tiempos de pandemia por el covid-19, la adquisición de medicamentos tuvo un incremento. Por este motivo los centros de salud, las farmacias y boticas tienen que respetar las leyes, normas y decretos establecidos por el gobierno peruano de turno, lo más recalable de ofertar medicamentos de calidad, con los requisitos interpuestos por ley y con precio propio a la economía peruana. Los ciudadanos tienen derecho a acceder a medicamentos y servicios de buena calidad. Por lo tanto, toda persona con algún mal tiene que ser atendido con medicamentos de calidad y atención oportuna.

### **Marco conceptual**

**Administración de la calidad.** - Conjunto de elementos de una empresa que tiene interrelación con la finalidad de establecer políticas, procesos, objetivos y procesos aptos de conseguirlos. Se puede tratar de una sola rama o varias como gestión ambiental, financiera y calidad (Cristofani, 2020).

**Atención pronta.** - Solución a la inquietud que el cliente podría presentar, mediante la atención pronta y de calidad (Kotler y Armstrong, 2017).

**Bienestar del cliente.** - Respuesta de los consumidores a ser medidos, partiendo desde un servicio o producto brindado de una marca en particular. Estas calificaciones son referenciales con la finalidad de lograr mejorar los servicios y productos. Y además saber las necesidades de los clientes (Hammond, 2022).

**Estrategia empresarial.** - Es un método por medio del procedimiento se logra mejorar y controlar la evolución de una negociación. El desarrollo empresarial es mucho más sencillo por medio de identificación de objetivos generales, para los que luego se plantean objetivos más próximos y acumulados en las personas idóneas (Sordo, 2021).

**Información.** - Datos ofrecidos a los clientes sobre la organización y sus productos (Kotler y Armstrong, 2017).

**Opiniones.** - Son las apreciaciones referentes a las recomendaciones y la posibilidad de ayuda a los clientes (Kotler y Armstrong, 2017).

**Percepción del cliente.** - Son las opiniones del cliente con respecto a los bienes y servicios (Kotler y Armstrong, 2017).

**Precio del producto.** - Es la accesibilidad de los precios de los productos según la economía monetaria de los clientes (Kotler y Armstrong, 2017).

**Promesa de la empresa.** - Cumplimiento con lo ofrecido en las promociones y ofertas (Kotler y Armstrong, 2017).

**Resultados obtenidos.** - Es la solución dada a un problema o la satisfacción por haber recibido un excelente servicio (Kotler y Armstrong, 2017).

### 2.3. Hipótesis

Hernández y Mendoza (2018) manifiestan que para realizar la formulación de una hipótesis es necesario evaluar la variable con respecto a otra o también explicar las causas.

Por lo tanto, en esta investigación de *“Propuesta de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso “Farmarecuay E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021”*, no se planteó hipótesis ya que es de nivel descriptivo, y no se presenta el impacto que tiene la variable en estudio, solo se da a conocer las características ya que de acuerdo a esto se realizará la formulación de la propuesta de mejora.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Nivel, tipo, y diseño de investigación.

##### **Nivel de investigación**

La investigación fue de nivel descriptivo, ya que se describió las características de la variable de investigación en estudio. Por consiguiente, Fresno (2019) indica que la investigación descriptiva comprende como la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y el proceso de los fenómenos. Se elabora en realidad de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación adecuada.

##### **Tipo de investigación**

Esta investigación fue de tipo cuantitativo, porque se midió las características de la variable en estudio, permitiendo obtener respuestas idóneas para la explicación de los resultados. También Cohen y Gómez (2019) manifiestan que se usan magnitudes relativas o absolutas, con medidas estadísticas que son la representación del comportamiento de las variables y sus variaciones, también con diferentes tipos de medidas que nos dan datos sobre la significación estadística de los fenómenos estudiados.

##### **Diseño de investigación**

El diseño de investigación fue no experimental - transversal - descriptivo, porque no se hizo ninguna manipulación en la variable de estudio, transversal porque el recojo de información de campo fue en un solo momento de tiempo como lo refiere (Hernández y Mendoza, 2018) y descriptivo porque se describió las principales características de la variable en estudio.

**No experimental:** porque no se manipuló la variable en estudio, ya que se observó tal como se encuentra dentro de su contexto (Hernández y Mendoza, 2018).

Es de diseño no experimental ya que no se manipuló la variable satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la micro y pequeña empresa: caso “Farmarecuay E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021”; solo se observó tal como se encuentra en la realidad, sin realizar ninguna modificación.

**Transversal:** Porque el recojo de información de campo fue en un solo momento de tiempo (Hernández y Mendoza, 2018).

Es transversal, ya que se recogió información en un solo momento de tiempo de los datos sobre la variable satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la micro y pequeña empresa: Caso Farmarecuay E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021

**Descriptivo:** Porque se describió las principales características de la variable en estudio (Hernández y Mendoza, 2018).

### **3.2. Población y Muestra**

Estuvo conformada por 55 clientes de la micro y pequeña empresa de la farmacia: “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021.

La muestra fue censal porque se contó con una población pequeña, se consideró la misma población conformada de 55 clientes la MYPE, conforme a la información obtenida por la misma empresa.

### 3.3. Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición	categorías o valoración
<b>Satisfacción al Cliente</b>	La satisfacción del cliente será medida considerando el rendimiento percibido, expectativas y nivel de satisfacción.	Rendimiento observado	Apreciación del cliente	Ordinal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Siempre</li> <li>• Algunas Veces</li> <li>• Nunca</li> </ul>
			Juicio del cliente		
			Efectos obtenidos		
		Expectativas	Referencia		
			Oferta de la organización		
			Servicio oportuno		
		Satisfacción	Esperanzas del cliente		
			Sugerencia		

**Nota:** Elaboración Propia

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **Técnicas**

En esta investigación se utilizó como técnica la encuesta, que mediante la aplicación se obtuvo información que ha permitido realizar las tablas estadísticas para su análisis e interpretación.

Hernández y Mendoza (2018) manifiestan que la técnica es un conjunto de procedimientos que usan para obtener resultados determinados que son usados o pueden ser usados en distintos campos como por ejemplo la ciencia, educación arte, entre otros. Por eso se aplicará las encuestas como técnica.

#### **Instrumentos**

Hernández y Mendoza (2018) manifiesta que el instrumento es considerado como la herramienta que ayuda como apoyo en un procedimiento determinado.

Se utilizó el cuestionario como instrumento, donde se obtuvo datos necesarios de la variable, por medio de preguntas formuladas para alcanzar los objetivos de nuestro estudio. Estuvo integrado por 10 preguntas: dimensión 1: rendimiento observado 04 preguntas, dimensión 2: expectativas 04 preguntas, dimensión 3: satisfacción 02 preguntas; la aplicación de este cuestionario se llevó a cabo en el año 2021, asimismo se realizó la prueba pila con la finalidad de llevar a cabo la encuesta final, obteniendo la confiabilidad con el método del alfa de Cronbach, cabe indicar que el instrumento estuvo validado por juicio de expertos.

### **3.5. Método de análisis de datos.**

El procedimiento que se ejecutó para recolectar datos y luego analizarlos es el siguiente: uso del cuestionario para los clientes de Farma Recuay en la ciudad de Huaraz, antes la aceptación del conocimiento informado y la autorización de la empresa; luego se procesa los datos para luego ser analizados e interpretar los resultados, para dicho trabajo se usará el Excel y el SPSS versión 22.

Se elaboró la orden y redacción del estudio en el office, donde se realizó el análisis correspondiente para su interpretación y su futura sustentación. Se usó programas como Microsoft Edge para el uso del material digital dados por la universidad. Además, se usó el programa Mendeley para nuestras citas y referencias bibliográficas. También se usó el turnitin para verificar el porcentaje de similitud en producción de nuestro estudio.

### 3.6. Aspectos Éticos

Para esta investigación se consideró los principios éticos establecidos en el código de ética para la investigación, versión 004 de la ULADECH

**Protección a las personas**, para esta investigación se ha elaborado el protocolo del consentimiento informado (Ver anexo D), donde se les dio a conocer el propósito de la investigación, que consiste en obtener información acerca de la variable satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la farmacia “Farmarecuay” de la ciudad de Huaraz, el cual ha sido llenado por los clientes antes de realizar las encuestas, a través de la firma del protocolo de consentimiento informado se tendrá la aceptación para formar parte de esta investigación, en caso no desee firmar el participante se utilizará otras medidas tales como la huella dactilar, correo electrónico y mensaje vía WhatsApp y así lograr la aceptación para formar parte de esta investigación. Se les informo que los datos recolectados serán reservados ya que los productos provenientes de la investigación serán respetados en todo momento y se usarán solo para los fines de la investigación.

**Principio de Beneficencia y no maleficencia**, esta investigación por naturaleza no representará ningún riesgo para los participantes y el estudiante investigador, durante el proceso de recopilación de información se les informará de ello a los participantes de esta investigación. En todo momento lo que se busca es maximizar los beneficios en favor de la investigación, sin afectar los derechos de los participantes.

**Principio de justicia**, en la presente investigación se les informo a los participantes que se les brindara información sobre los resultados obtenidos, el cual estará publicada en la página web de la ULADECH o también se les brindara la información a sus correos electrónico que cada participante proporcione. Esto con la finalidad de evitar conflictos que puedan perjudicar el proceso del estudio o la comunicación de los resultados. Así mismo se invocará a los participantes de esta investigación leer el instrumento que se aplicará para el recojo de dicha investigación, se aplicará la prueba piloto por si existe algún error en la elaboración de las preguntas. Como investigador no presento ninguna limitación respecto habilidades, capacidades y conocimiento ya que investigo y reviso materiales bibliográficos para llevar a cabo esta investigación. Así mismo el conocimiento de la variable, la línea de investigación y otras informaciones que requiere el proceso de investigación se reforzará con las orientaciones del docente de la asignatura.

**Principio de integridad científica**, el desarrollo de la investigación fue coherente con las normas deontológicas de la carrera profesional de administración, ya que se respetará

estrictamente todos los procesos se realicen como corresponden sin alterar ninguna información. Durante el trabajo de campo no se manipulará la información, tampoco se firmarán documentos los protocolos de consentimiento informado y no se llenará el cuestionario por otras personas, esto con la finalidad de cumplir con las exigencias que amerita la realización de la investigación.

**Principio de libre participación y derecho a estar informado,** para el proceso de la recolección de información de estudio se solicitó al gerente de la micro y pequeña empresa la autorización para poder realizar las encuestas a sus clientes quienes antes de la encuesta darán su aceptación con el consentimiento informado, para dar fe que las personas están participando de forma voluntaria. Así mismo se invocará a los participantes de cualquier duda nos hagan llegar para ser resueltas oportunamente.

**Principio cuidado del medio ambiente y a la biodiversidad,** en esta investigación se garantizó el cuidado del medio ambiente y de los animales, ya que no se encuentran involucradas en la investigación, porque la muestra de esta investigación serán los clientes de “FARMARECUAY E.I.R.L” de la ciudad de Huaraz, para lo cual se tomarán medidas para reducir los posibles daños.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Resultados

Primer objetivo específico: Características del rendimiento percibido

**Tabla 1**

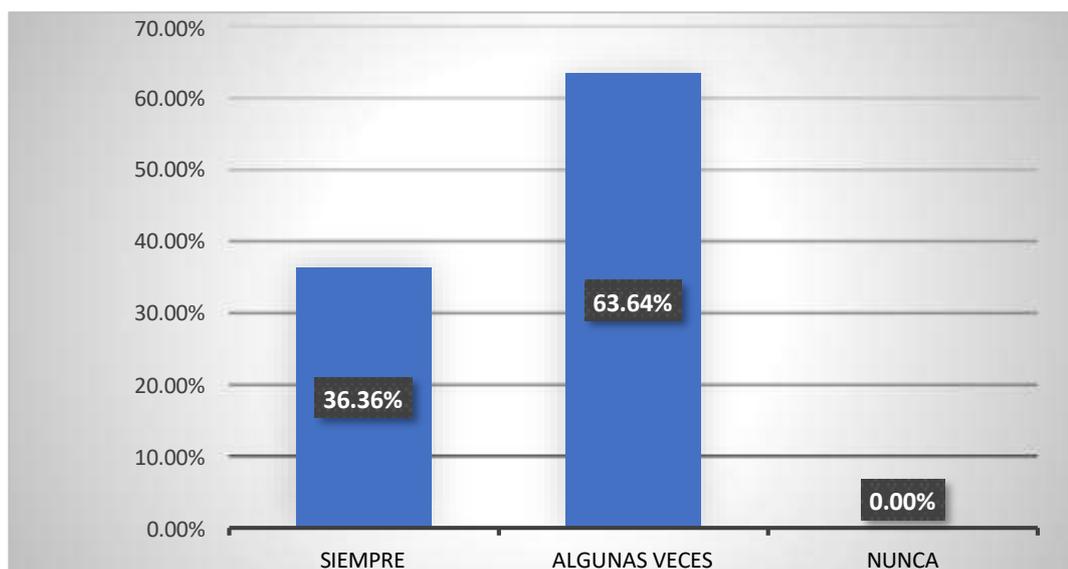
Proceso de ventas en tiempo, stock y calidad.

Categoría	N	(%)
Siempre	20	36.36
Algunas veces	35	63.64
Nunca	0	0
Total	55	100.0

**Nota:** Cuestionario aplicado a los clientes de la micro y pequeña empresa “*FARMARECUAY E.I.R.L*” en la ciudad de Huaraz, 2021.

**Figura 1**

Proceso de ventas en tiempo, stock y calidad.



**Nota:** Tabla 1

**Interpretación:** En la tabla 1 y figura 1, se evidencia que el 63.64% de los clientes algunas veces está satisfecho con el proceso de ventas de la farmacia Farma Recuay en la entrega de las medicinas en tiempo, stock, calidad, seguido de 36.36% de los clientes siempre está satisfecho con el proceso de ventas de la farmacia Farma Recuay en la entrega de las medicinas en tiempo, stock, calidad.

**Tabla 2**

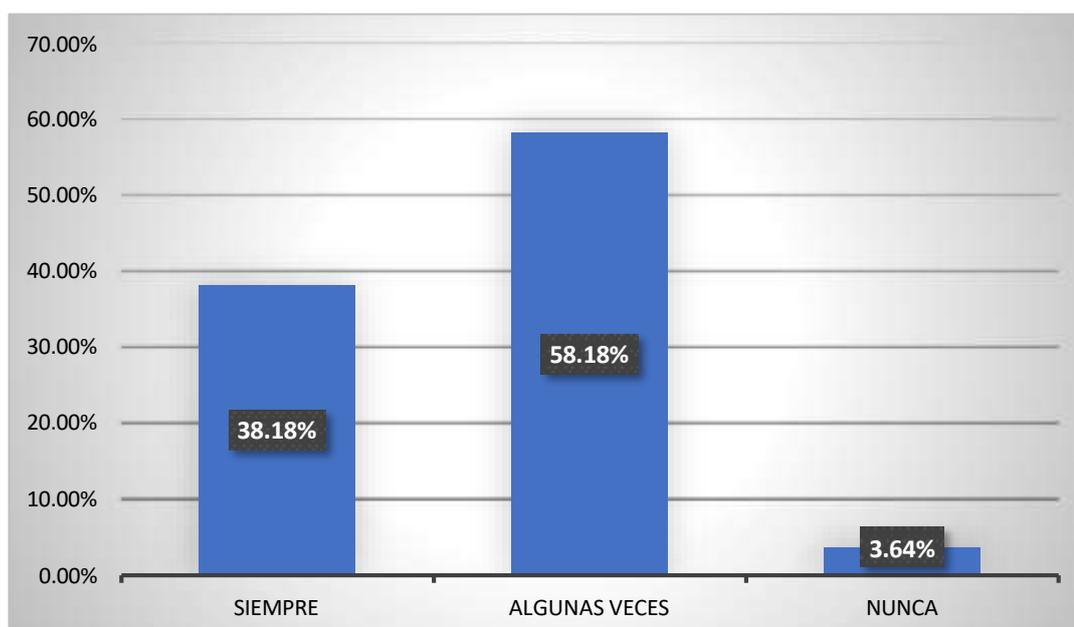
Respuesta ante dudas y consultas

Categoría	N	(%)
Siempre	21	38.18
Algunas veces	32	58.18
Nunca	2	3.64
Total	55	100.0

**Nota:** Cuestionario aplicado a los clientes de la micro y pequeña empresa “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021.

**Figura 2**

Respuesta ante dudas y consultas



**Nota:** Tabla 2

**Interpretación:** En la tabla 2 y figura 2, se observa que el 58.18 % de los clientes algunas veces está satisfecho con la respuesta por parte del personal de ventas de la Farmacia Farma Recuay a sus dudas y consultas, seguido de 38.18% de los clientes siempre está satisfecho con la respuesta por parte del personal de ventas de la Farmacia Farma Recuay a sus dudas y consultas y 3.64 % de los clientes nunca está satisfecho con la respuesta por parte del personal de ventas de la Farmacia Farma Recuay a sus dudas y consultas.

**Tabla 3**

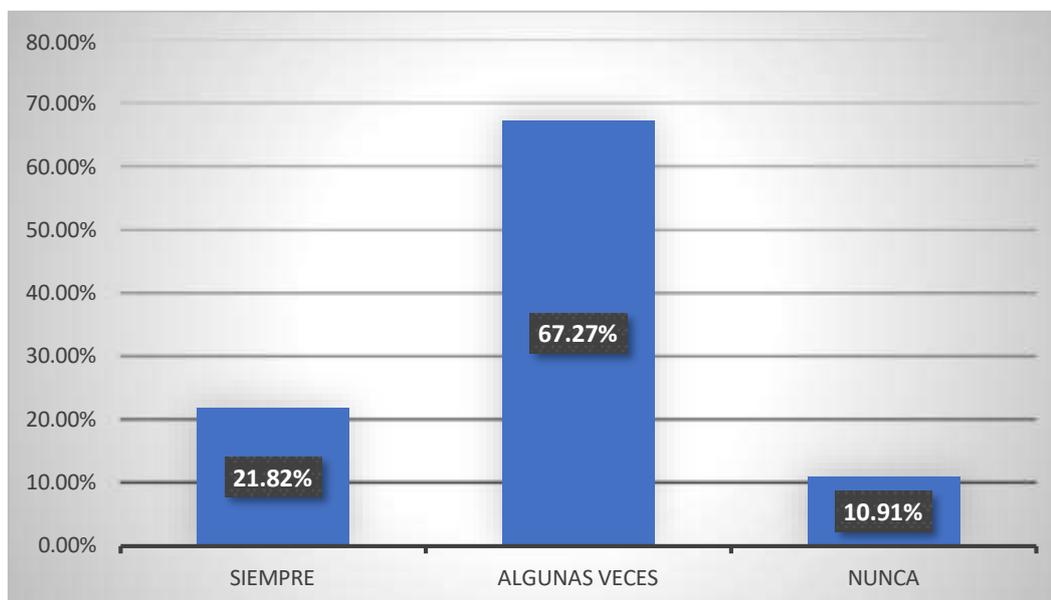
Solución oportuna por parte del personal ante algún reclamo que se presentó.

Categoría	N	(%)
Siempre	12	21.82
Algunas veces	37	67.27
Nunca	6	10.91
Total	55	100.0

**Nota:** Cuestionario aplicado a los clientes de la micro y pequeña empresa “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021.

**Figura 3**

Solución oportuna por parte del personal ante algún reclamo que se presentó.



**Nota:** Tabla 3

**Interpretación:** En la tabla 3 y figura 3, se evidencia el 67.27% de los clientes algunas veces está satisfecho con la solución oportuna por parte del personal de ventas de la farmacia Farma Recuay, ante algún reclamo que presentó, seguido de 21.82% de los clientes siempre está satisfecho con la solución oportuna por parte del personal de ventas de la farmacia Farma Recuay, ante algún reclamo que presentó y el 10.91% de los clientes nunca está satisfecho con la solución oportuna por parte del personal de ventas de la farmacia Farma Recuay, ante algún reclamo que presentó.

**Tabla 4**

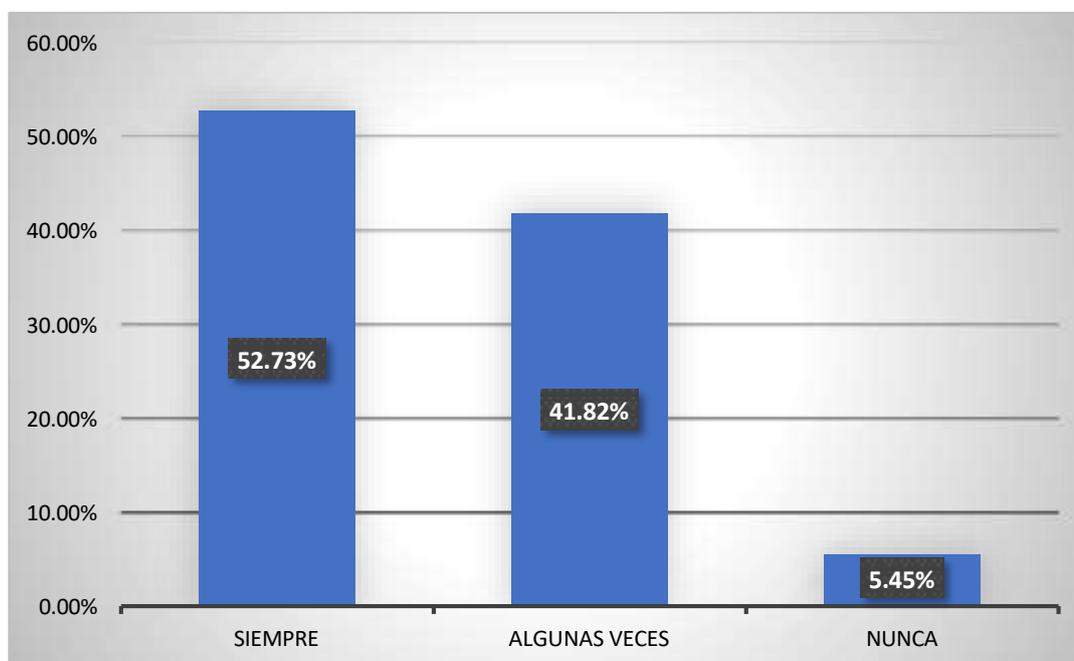
Servicio y adquisición del producto

Categoría	N	(%)
Siempre	29	52.73
Algunas veces	23	41.82
Nunca	3	5.45
Total	55	100.0

**Nota:** Cuestionario aplicado a los clientes de la micro y pequeña empresa “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021.

**Figura 4**

Servicio y adquisición del producto



**Nota:** Tabla 4

**Interpretación:** En la tabla 4 y figura 4, se observa que el 52.73% de los clientes siempre está satisfecho con el servicio y adquisición del producto en la farmacia Farma Recuay, seguido de 41.82% de los clientes algunas veces está satisfecho con el servicio y adquisición del producto en la farmacia Farma Recuay y 5.45% de los clientes nunca está satisfecho con el servicio y adquisición del producto en la farmacia Farma Recuay.

Segundo objetivo específico: Características de la expectativa

**Tabla 5**

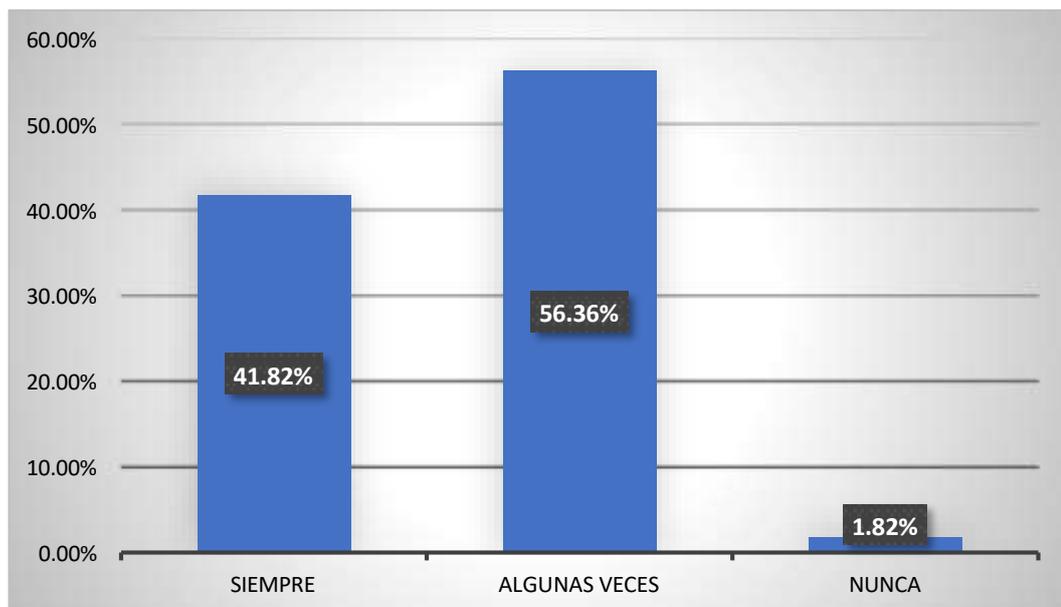
Recomendación sobre los servicios y calidad de los productos que brinda.

Categoría	N	(%)
Siempre	23	41.82
Algunas veces	31	56.36
Nunca	1	1.82
Total	55	100.0

**Nota:** Cuestionario aplicado a los clientes de la micro y pequeña empresa “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021.

**Figura 5**

Recomendación sobre los servicios y calidad de los productos que brinda.



**Nota:** Table 5

**Interpretación:** En la tabla 5 y figura 5, se observa que el 56.36% de los clientes algunas veces recomendaría a sus amistades sobre los servicios y calidad de los productos que brinda la farmacia Farma Recuay, seguido de 41.82% de los clientes siempre recomendaría a sus amistades sobre los servicios y calidad de los productos que brinda la farmacia Farma Recuay y 1.82% de los clientes nunca recomendaría a sus amistades sobre los servicios y calidad de los productos que brinda la farmacia Farma Recuay.

**Tabla 6**

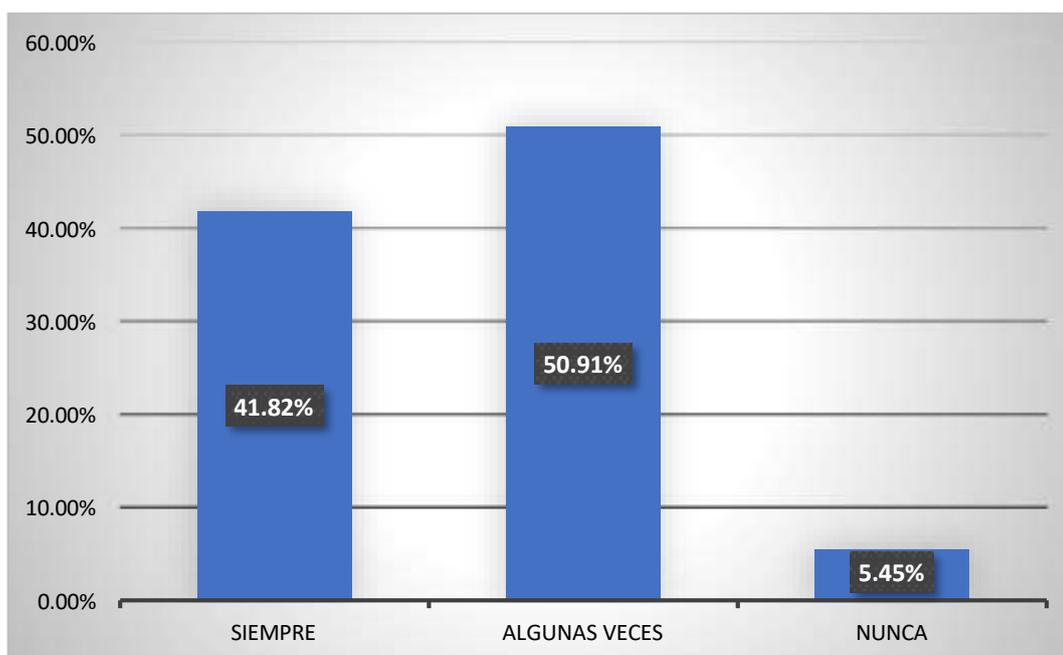
Satisfacción en el cumplimiento de lo ofrecido y lo promocionado

Categoría	N	(%)
Siempre	23	41.82
Algunas veces	28	50.91
Nunca	3	5.45
Total	55	100.0

**Nota:** Cuestionario aplicado a los clientes de la micro y pequeña empresa “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021.

**Figura 6**

Satisfacción en el cumplimiento de lo ofrecido y lo promocionado



**Nota:** Tabla 6

**Interpretación:** En la tabla 6 y figura 6, se puede observar que el 50.91% de los clientes algunas veces la farmacia Farma Recuay satisface a sus clientes con el cumplimiento de lo ofrecido y lo promocionado, seguido de 41.82% de los clientes siempre la farmacia Farma Recuay satisface a sus clientes con el cumplimiento de lo ofrecido y lo promocionado y 5.45% de los clientes nunca la farmacia Farma Recuay satisface a sus clientes con el cumplimiento de lo ofrecido y lo promocionado.

**Tabla 7**

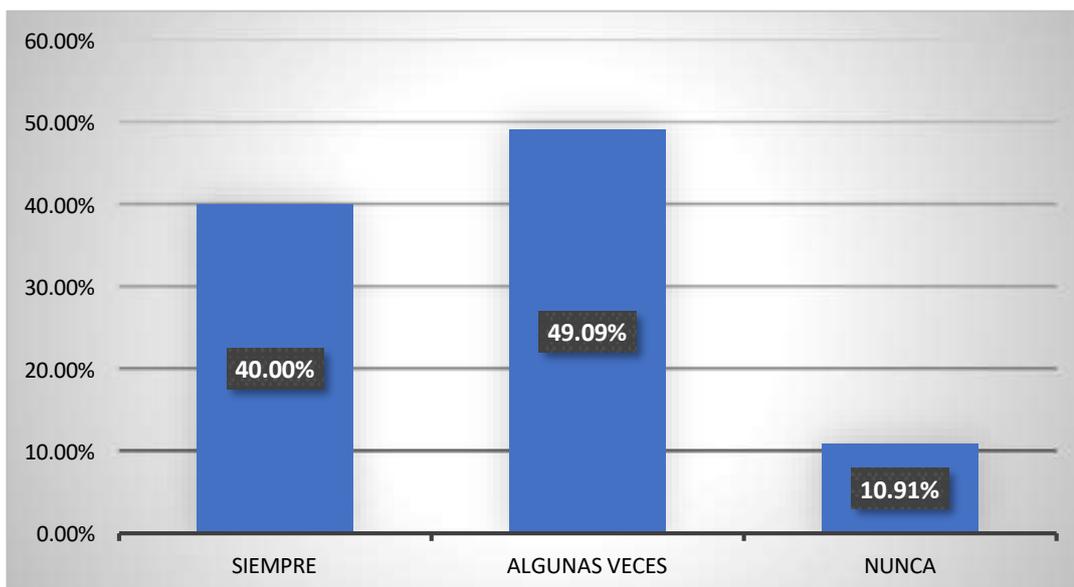
Sistema de control de stock de medicamentos

Categoría	N	(%)
Siempre	22	40.00
Algunas veces	27	49.09
Nunca	6	10.91
Total	55	100.0

**Nota:** Cuestionario aplicado a los clientes de la micro y pequeña empresa “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021.

**Figura 7**

Sistema de control de stock de medicamentos



**Nota:** Tabla 7

**Interpretación:** En la tabla 7 y figura 7, se evidencia que el 49.09% de los clientes algunas veces le satisface el sistema de control de stock de medicamentos de la farmacia Farma Recuay para ubicar de forma inmediata los medicamentos que le receto el médico, seguido de 40.09% de los clientes siempre le satisface el sistema de control de stock de medicamentos de la farmacia Farma Recuay para ubicar de forma inmediata los medicamentos que le receto el médico y el 10.91% de los clientes nunca le satisface el sistema de control de stock de medicamentos de la farmacia Farma Recuay para ubicar de forma inmediata los medicamentos que le receto el médico.

**Tabla 8.**

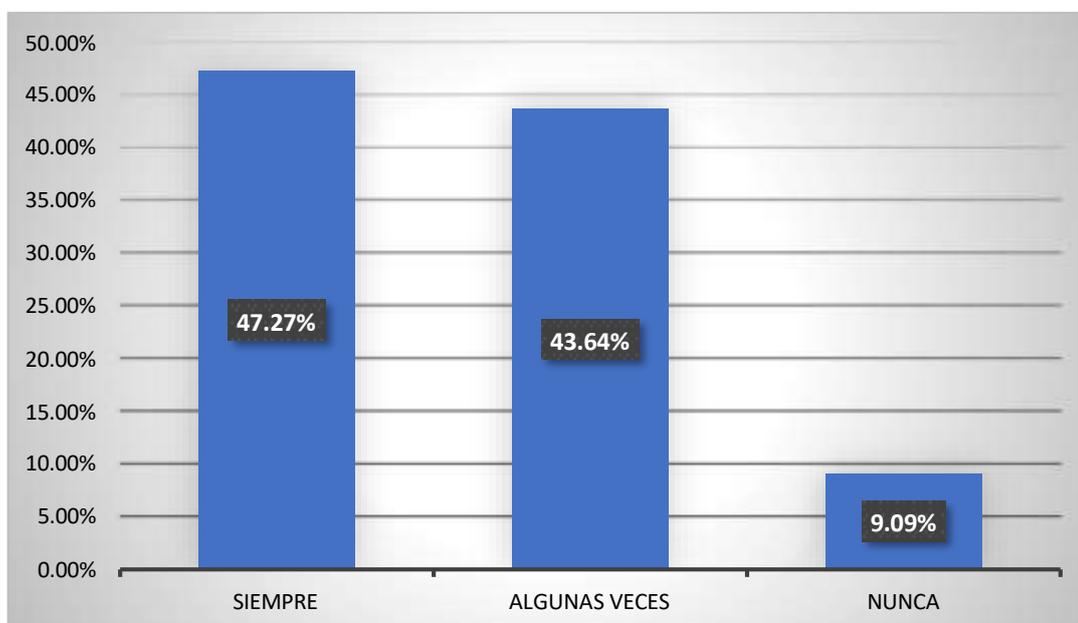
Tiempo de entrega de los medicamentos

Categoría	N	(%)
Siempre	26	47.27
Algunas veces	24	43.64
Nunca	5	9.09
Total	55	100.0

**Nota:** Cuestionario aplicado a los clientes de la micro y pequeña empresa “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021.

**Figura 8**

Tiempo de entrega de los medicamentos



**Nota:** Tabla 8

**Interpretación:** En la tabla 8 y figura 8, se evidencia que el 47.27% de los clientes siempre satisface el tiempo de entrega de los medicamentos en la farmacia Farma Recuay, seguido de 43.64% de los clientes algunas veces le satisface el tiempo de entrega de los medicamentos en la farmacia Farma Recuay y el 9.09% de los clientes nunca les satisface el tiempo de entrega de los medicamentos en la farmacia Farma Recuay.

## Segundo objetivo específico: Características de la Satisfacción

**Tabla 9**

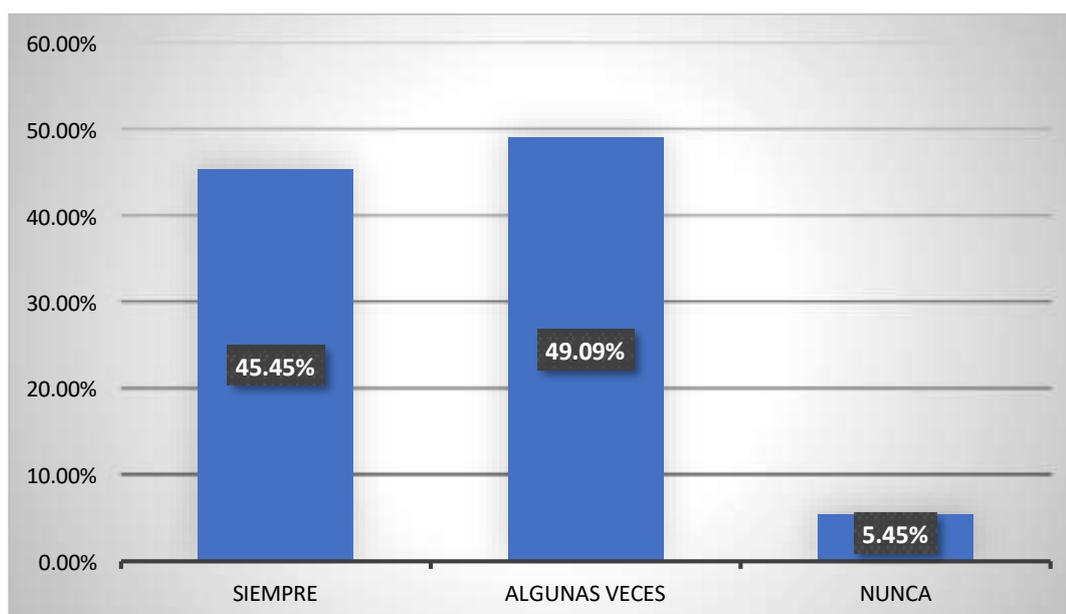
Comercialización de medicamentos de alta calidad

Categoría	N	(%)
Siempre	25	45.45
Algunas veces	27	49.09
Nunca	3	5.45
Total	55	100.0

**Nota:** Cuestionario aplicado a los clientes de la micro y pequeña empresa “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021.

**Figura 9**

Comercialización de medicamentos de alta calidad



**Nota:** Tabla 9

**Interpretación:** En la tabla 9 y figura 9, se puede observar que el 49.09% de los clientes algunas veces los medicamentos que comercializa la farmacia Farma Recuay le satisfacen su necesidad de contar con medicamentos de alta calidad, seguido de 45.45% de los clientes siempre los medicamentos que comercializa la farmacia Farma Recuay le satisfacen su necesidad de contar con medicamentos de alta calidad y el 5.45% de los clientes nunca los medicamentos que comercializa la farmacia Farma Recuay le satisfacen su necesidad de contar con medicamentos de alta calidad.

**Tabla 10**

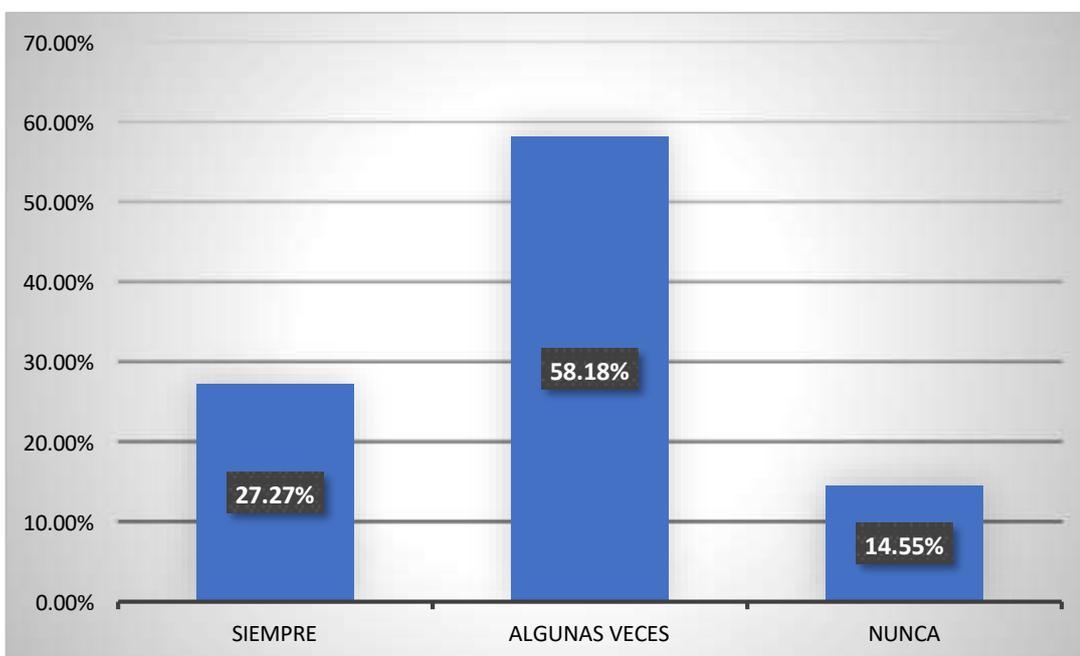
sugerencias para la mejora de la venta de medicamentos

Categoría	N	(%)
Siempre	15	27.27
Algunas veces	32	58.18
Nunca	8	14.55
Total	55	100.0

**Nota:** Cuestionario aplicado a los clientes de la micro y pequeña empresa “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021.

**Figura 10**

sugerencias para la mejora de la venta de medicamentos



**Nota:** Tabla 10

**Interpretación:** En la tabla 10 y figura 10, se evidencia que el 58.18% de los clientes algunas veces la farmacia Farma Recuay toma en cuenta las sugerencias de sus clientes para la mejora de la venta de medicamentos, seguido de 27.27% de los clientes siempre la farmacia Farma Recuay toma en cuenta las sugerencias de sus clientes para la mejora de la venta de medicamentos y el 14.55% de los clientes nunca la farmacia Farma Recuay toma en cuenta las sugerencias de sus clientes para la mejora de la venta de medicamentos.

**Tabla 11**

Propuesta de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la micro pequeña empresa: Caso “FARMARECUAY E.I.R.L” EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021.

<b>Problemas encontrados</b>	<b>Causas</b>	<b>Aplicación de mejora</b>	<b>Metas</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Presupuesto</b>
Según los resultados, se nota que el 10.91% de los encuestados respondieron que nunca están satisfechos con la solución oportuna por parte del personal de ventas de la farmacia Farma Recuay, ante algún reclamo que presentó.	Falta de capacitación al personal de ventas	Contratar un capacitador para la solución oportuna en ventas	2 capacitaciones al año	Número de personal capacitado para responder oportunamente los reclamos del cliente	S/250.
Según los resultados, se nota que el 10.91% de los encuestados respondieron que nunca les satisface el sistema de control de stock de medicamentos de la farmacia Recuay medicamentos que le recetó el médico.	Falta de conocimiento del personal sobre sistema de control stock de medicamentos	Contratar a una persona con experiencia en creación del sistema de control stock de medicamentos, para poder capacitar al personal	Cliente satisfecho	Número de personal contratado	S/ 250
Según los resultados, se nota que el 9.09% de los encuestados respondieron que nunca les satisface el tiempo de entrega de los medicamentos en la farmacia Farma Recuay.	Falta de personal capacitado	Implementación de un inventario adecuado de los productos	Cliente satisfecho.	Incremento en la venta de medicamentos.	S/ 500.
Según los resultados, se nota que el 14.55% de los encuestados respondieron que nunca la farmacia Recuay toma en cuenta las sugerencias de sus clientes para la mejora de la venta de medicamentos.	Falta de recopilación de información de la sugerencia de sus clientes	Uso de un buzón de sugerencia dirigida al directivo de la farmacia y libro de reclamaciones	Cliente satisfecho	implementar el buzón de sugerencias	S/. 100.00

**Nota:** Elaboración propia.

## 4.2. Discusión

En la ciudad de Huaraz, se realizó una investigación con la finalidad de establecer propuestas de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso “Farmarecuay E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021.

### **Según el objetivo específico N° 01**

El 63.64 % de los clientes, algunas veces está satisfecho con el proceso de ventas de la farmacia Recuay en la entrega de las medicinas en tiempo, stock, calidad (Tabla 1), el resultado que coincide con Guzmán (2017) quién indica que el 60% de los clientes mencionan que están satisfecho con las ventas de los productos; difiere con Gonzales (2018) quién manifiesta que el 30% de los clientes está satisfecho en el proceso de ventas, asimismo Huamán (2019) indica que el 20% de los clientes están satisfechos con el proceso de ventas. Se observa que la mayoría de los clientes están satisfechos con el proceso de ventas en la entrega de las medicinas.

El 58.18 % de los clientes algunas veces está satisfecho con la respuesta por parte del personal de ventas de la Farmacia Recuay a sus dudas y consultas (Tabla 1), el resultado coincide con Moreno (2017) quien indica que el 60 % de los clientes está satisfecho con la respuesta por parte del personal de ventas; difiere con Guerrero (2018) quien manifiesta que el 30% de los clientes está satisfecho con la respuesta del personal de ventas, así mismo Valdivieso (2017) indica que el 20% de los clientes está satisfecho con el personal de ventas con respecto a su reaccionar. Se evidencia que la mayoría de los clientes algunas veces está satisfecha con la respuesta por parte del personal de ventas de la empresa, a sus dudas y consultas.

El 67.3% de los clientes algunas veces está satisfecho con la solución oportuna por parte del personal de ventas de la Farmacia Recuay, ante algún reclamo que presentó, (Tabla 1), el resultado que coincide con Valdivieso (2017) quien indica que 70 % de los clientes se encuentra satisfecho con la solución brindada por el personal de ventas; difiere con Guerrero (2018) quien manifiesta que el 40% de los clientes se encuentra satisfecho con la solución oportuna del personal de ventas, así mismo Moreno (2017) indica que el 30 % de los clientes se encuentra satisfecho con la solución adecuada por parte del personal de ventas. Se demuestra que la mayoría de los clientes está satisfecha con la solución oportuna por parte

del personal de ventas de la empresa, ante algún reclamo que presentó, teniendo como base la experiencia propia del cliente.

El 52.73 % de los clientes siempre está satisfecho con el servicio y adquisición del producto en la Farmacia Recuay (tabla 1), el resultado que coincide con Cruz (2017) quien indica que el 55% de los clientes está satisfecho con los bienes y servicios adquiridos; difiere con Manrique (2017) quien manifiesta que el 35% de los clientes está satisfecho con los bienes y servicios, así mismo Pérez (2019) indica que el 30% de los clientes está satisfecho con los bienes y servicios adquiridos. Se demuestra que la mayoría de los clientes está satisfecha con el servicio y adquisición del producto en la empresa, fundamentado en la experiencia propia de los clientes.

### **Según el objetivo específico N° 02**

El 52.36% de los clientes, algunas veces recomendaría a sus amistades sobre el servicios y calidad de los productos que brinda la farmacia Recuay (Tabla 2), el resultado coincide parcialmente con Medina (2018) quien señala que el 78% de los encuestados sí recomendaría el servicios y calidad de productos farmacéuticos; coincide con Cruz (2017) quien indica que el 55 % de los clientes recomendaría a sus amistades sobre los bienes y servicios adquiridos en su empresa; difiere con Valdiviezo (2017) quien manifiesta que el 70 % de los clientes recomendaría a sus amistades sobre los bienes y servicios adquiridos de su empresa, así mismo Almarstar (2017) indica que el 80 % de los clientes encuestados recomendaría a sus amistades los bienes y servicios adquiridos en sus negocios. Se demuestra que la mayoría de los clientes recomendaría a sus amistades sobre los servicios y calidad de los productos que brinda la empresa.

El 50.91% de los clientes, algunas veces está satisfecho con el cumplimiento de lo ofrecido y lo promocionado por parte de la farmacia Recuay (tabla 2), el resultado coincide con Medina (2018) quien señala que 49.09% de los clientes algunas veces satisface las promociones y ofertas hechas por las boticas de Paiján, Coincide con Valle (2018) quien indica que 57.7% de los clientes les satisface con lo ofertado en las farmacias piuranas; difiere con Zapata (2018) quien menciona que el 94% de los clientes están insatisfechos con las promociones de la farmacia del hospital Reátegui Delgado de Piura. Se evidencia que una parte de los clientes se encuentra satisfecho con el cumplimiento de la oferta y promoción realizada por la empresa.

El 47.27% de los clientes, siempre les satisface el tiempo de entrega de los medicamentos por parte del personal de la farmacia Recuay, el resultado coincide parcialmente con Medina (2018) quien señala que el 43.64% de los clientes les satisface el tiempo de entrega de los medicamentos por parte del personal de la botica; difiere con García (2021) quien indica que el 82% de los clientes está satisfecho en la entrega de sus productos por parte de la botica Inka Farma; también difiere con Pérez (2021) quien indica que el 32.7% de los clientes presenta satisfacción media en la entrega de productos por parte de las farmacias del C.S Miraflores. Se observa que a una parte de los clientes les satisface el tiempo de atención en la entrega de medicamentos por parte del personal de la empresa farmacéutica.

### **Según el objetivo específico N° 03**

El 49.09% de los clientes, algunas veces satisface sus necesidades de contar con medicamentos de alta calidad, comercializadas por la farmacia Recuay (Tabla 3), el resultado coincide con Rodríguez (2018) quién indica que el 50% de los clientes algunas veces están satisfecho con los medicamentos de la farmacia; contrasta con Gómez (2019) quién indica que el 27% de los clientes que algunas veces está satisfecho con los medicamentos de la farmacia, asimismo, con Lino (2017) quién manifiesta que el 25% de los entrevistados algunas veces están satisfechos con los medicamentos de la farmacia. Esto nos indica que los clientes satisfacen sus necesidades al adquirir medicamentos de alta calidad comercializados por las empresas farmacéuticas.

El 58.18% de los clientes respondieron que algunas veces la farmacia Recuay toma en cuenta sus sugerencias para la mejora de venta de medicamentos, el resultado contrasta con Pérez (2020) quien menciona que 47% de los representantes de las empresas farmacéuticas aciertan con las sugerencias recibidas por parte de sus clientes, también contrasta con Contreras (2018) quien indica que el 68% de los representantes de la empresa toma en cuenta las sugerencias de sus clientes para mejorar sus ventas. Esto demuestra que los clientes realizan sugerencias oportunas a los representantes de las farmacias para una mejor venta de medicamento y demás productos ofrecidos en los establecimientos farmacéuticos.

## **PLAN DE MEJORA PARA LA FARMACIA “FARMARECUAY E.I.R.L” EN LA CIUDAD DE HUARAZ**

### **1. Datos generales de la empresa**

**Nombre o razón social:** FARMA RECUAY E.I.R.L.

**RUC:** 20530900526

**Ubicación:** Av. Luzuriaga Nro. 497

**Dueño de la empresa:** Rocío Carrión Carrión

**Servicio:** Venta de productos químicos farmacéuticos.

### **2. Misión:**

Somos una Botica que brinda los mejores productos para el cuidado de la salud a nuestros pacientes y público en general, ofreciendo un buen servicio farmacéutico de calidad a nivel de la ciudad de Huaraz, satisfaciendo las necesidades de salud y bienestar de las personas, ya que creemos ser reconocidos por nuestros clientes como una empresa comprometida.

### **3. Visión:**

Ser una Botica que brinde un servicio de calidad a nuestros clientes en el ámbito farmacéutico, para lograr contribuir la salud de nuestros usuarios, ofreciéndoles productos de alta calidad, siendo líderes en el sector farmacéuticos a nivel regional con innovación, calidad y servicio al cliente, actuando con respeto, honestidad, responsabilidad.

### **4. Historia:**

En los años 60 fue fundada la FARMACIA RECUAY. Establecido en la Av. Luzuriaga N° 497 en la ciudad de Huaraz, perteneciente a la Sra. Julia Carrión Ramírez, fue la que tomó la iniciativa de preocuparse para con sus paisanos. A fines del año 2004, la propietaria viendo deteriorada su salud transfiere las propiedades a su hija Rocío Carrión Carrión.

En el año 2005 del mes de agosto con fecha 01, se decide cambiar la razón social de la empresa farmacéutica a BOTICA FARMARECUAY EIRL, por no ser tener el grado académico de químico farmacéutico, puesto que para la denominación de Farmacia se requiere ser QUIMICO FARMACEUTICO. En tiempos actuales por la buena gestión administrativa de la gerencia, la empresa cuenta con varias sucursales en el callejón de Huaylas.

## **5. Resumen**

Para llegar a lograr un buen cambio y conseguir satisfacer a los clientes de la farmacia “FARMA RECUAY E.I.R.L”, los trabajadores y la empresa deben poner de su parte, brindando buena atención a los clientes y mostrando buena habilidad, teniendo en cuenta su desarrollo profesional. Por lo tanto, hoy en día la satisfacción al cliente es esencial e importante para la empresa ya que va a lograr estar primero en el mercado. Asimismo, los consumidores se van a sentir bien y esto va ser que se modifique los hábitos de compra.

## **6. Objetivo**

### **General**

- Mejorar los factores relevantes de la satisfacción del cliente en la farmacia Recuay.

### **Específicos**

- Mostrar las preferencias de los clientes a la hora de comprar un medicamento
- Especificar las estrategias que maneja el personal de la farmacia Recuay para fidelizar a sus clientes.
- Contar con un personal para capacitación en temas de calidad de servicio y satisfacción del cliente al personal que labora en la farmacia Recuay.

## **7. Justificación**

El presente plan de mejora en la empresa “FARMA RECUAY E.I.R.L”, va ayudar a poder mejorar el nivel de satisfacción a los clientes, ya que se ha visto que dicha empresa se encuentra con un nivel bajo de satisfacción a sus clientes.

El siguiente plan de mejora pertenece a una parte importante de la ejecución de la tesis para mejorar los aspectos causantes del problema anteriormente encontrados en el estudio, como primera propuesta, se tiene en contratar a un capacitador permanente en temas relacionados exclusivamente en satisfacción al cliente en empresas farmacéuticas, donde el capacitador realizará sesiones teóricas y prácticas mensuales, donde los resultados se verán reflejado en la mayor cantidad de clientes satisfechos.

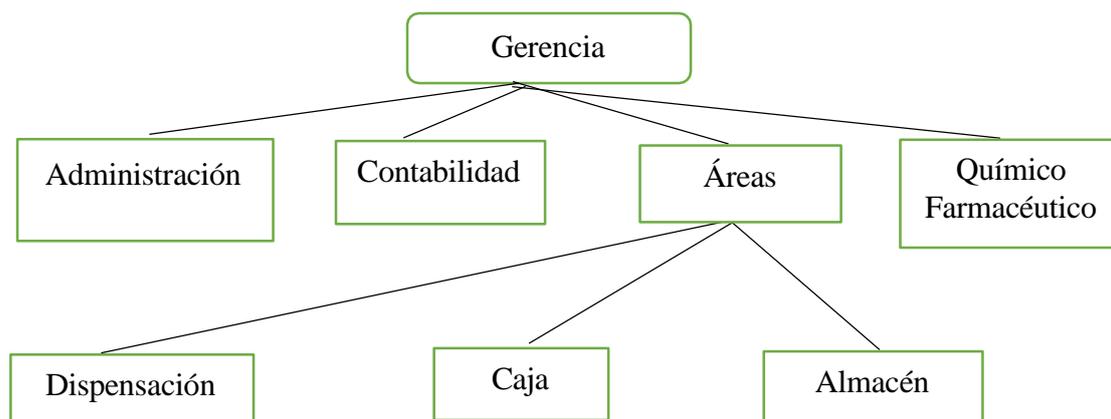
## **8. Finalidad**

- Satisfacer al cliente, para así poder lograr el aumento en los niveles de venta de sus productos

### **Responsable.**

- El responsable del proyecto serán los dueños y directivos de la empresa, “FARMA RECUAY” E.I.R.L.

## 9. Cronograma



### 9.1. Descripción de funciones

<b>cargo</b>	<b>Gerente</b>
<b>Perfil</b>	Lic. En administración u otras carreras firmes
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar legalmente a la empresa.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer cada una de las áreas y su funcionamiento.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigir, planear, evaluar y controlar las actividades de la empresa.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrar los recursos y los bienes destinados al funcionamiento de la empresa.</li> </ul>

<b>cargo</b>	<b>Administrador</b>
<b>Perfil</b>	Lic. En administración de empresas
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener conocimiento del movimiento de los productos farmacéuticos</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrar las finanzas y bienes de la empresa</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vigilar el estado de cuentas de la farmacia</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar la gestión de compras</li> </ul>

<b>cargo</b>	<b>Contador</b>
<b>Perfil</b>	Lic. En contador publico
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrar las finanzas y bienes de la empresa</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener el registro de inventario y preparar el pago para los trabajadores.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener mensualmente los libros generales de Compras y Ventas</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar todos los movimientos o registros contables</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualizar y llenar el libro contable</li> </ul>

<b>cargo</b>	<b>Químico farmacéutico</b>
<b>Perfil</b>	Químico farmacéutico
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar, organizar, direccionar y controlar las actividades y proceso de la farmacia</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participar en el proceso de suministro de productos farmacéuticos, garantizando su calidad.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantizar que los clientes reciban los medicamentos que indica la receta médica.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar un registro de los medicamentos de uso delicado</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisar las actividades realizadas por el auxiliar</li> </ul>

<b>Cargo</b>	<b>Dispensación</b>
<b>Perfil</b>	Tec. Farmacéutico o auxiliar
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer la ubicación de los medicamentos.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estar capacitado adecuadamente para comprender la receta médica.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer los componentes éticos de la dispensación de medicamentos</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar una buena atención al usuario</li> </ul>

<b>Cargo</b>	<b>Caja</b>
<b>Perfil</b>	Tec. Contador o administrador
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sellar los recibos de ingresos por caja y registrarlos en planilla</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entregar e informar diariamente del saldo obtenido al gerente</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar el balance de caja</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar y entregar los comprobantes de pago a los usuarios.</li> </ul>

<b>Cargo</b>	<b>Almacén</b>
<b>Perfil</b>	Estudios técnicos o universitario
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar la existencia de los productos disponibles</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepcionar y almacenar los productos farmacéuticos en buenas condiciones</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registra y controla la entrega y salida de los productos</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar los pedidos y el abastecimiento de los productos farmacéuticos</li> </ul>

## 10. Diagnostico General

ANÁLISIS FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
		<ol style="list-style-type: none"> <li>Oferta de medicamentos y demás productos de calidad.</li> <li>Presencia y experiencia en el mercado farmacéutico.</li> <li>Medicamentos y demás productos de calidad y variados.</li> <li>Costos de los productos a alcance de los clientes.</li> </ol>
OPORTUNIDADES	<u>FO</u>	<u>DO</u>
<ol style="list-style-type: none"> <li>Cuenta con sistemas de cómputo y redes para atención al cliente y control de mercadería.</li> <li>Apertura de nuevos locales en la provincia de Huaraz.</li> <li>Satisface al cliente para ser competitivos frente a los competidores.</li> <li>Competidoras farmacéuticas con oferta limitada.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Constituirse como una farmacéutica trabajadora, responsable y social, realizando las actividades en equipo con el fin de lograr ser una farmacéutica sobresaliente. (F1, F2, O2, O4,)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar el sitio web para que la farmacéutica logre un buen posicionamiento y asimismo obtenga las mejores tecnologías para el inventario. (D1, D3, D4 O3)</li> </ul>
AMENAZAS	<u>FA</u>	<u>DA</u>
<ol style="list-style-type: none"> <li>Competidoras farmacéuticas.</li> <li>Inflación monetaria.</li> <li>Las demandas de los clientes son variables.</li> <li>Inseguridad ciudadana.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Obtener productos de farmacia a gran cantidad para realizar campañas de ofertas y promociones, asimismo tener los precios de los productos de farmacia accesible a los clientes. (F1, F3, A1, A3)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaborar un plan de negocio con el fin de contrarrestar los cambios económicos y políticos. (D1, D4, A2, A3)</li> </ul>

**Nota:** Elaboración propia

## 11. Indicador de gestión

<b>Indicadores</b>	<b>Evaluación de los indicadores de la Farmacia Farma Recuay</b>
Contratar un especialista para la solución oportuna en ventas	Algunos de los encuestados nunca están satisfechos con la solución oportuna por parte del personal de ventas, ante algún reclamo que presentó.
Capacitar al personal en temas de control, stock de medicamentos.	A algunos de los encuestados no les satisface el sistema de control de stock de medicamentos.
Tener un inventario adecuado de los productos	El 9.09% de los encuestados indicaron que nunca les satisface el tiempo de entrega de los medicamentos.
Implementar con un buzón de sugerencia y libro de reclamaciones	Según las encuestas el 14.55% indican que nunca toma en cuenta las sugerencias de sus clientes.

## 12. Problemas

<b>Indicadores</b>	<b>Problemas</b>	<b>Surgimiento de Problemas</b>
Contratar un especialista para la solución oportuna en ventas	No se presenta una solución oportuna por parte del personal de ventas, ante algún reclamo que presentó.	Esto se presenta debido a que no se conoce mucho sobre los productos farmacéuticos
Capacitar al personal en temas de control, stock de medicamentos.	A algunos de los encuestados no les satisface el sistema de control de stock de medicamentos.	No hay un buen abastecimiento de medicamentos e insumos.
Tener un inventario adecuado de los productos	El 9.09% de los encuestados indicaron que nunca les satisface el tiempo de entrega de los medicamentos.	No se realiza una buena rotación de inventarios y falta de coordinación en la ubicación de los productos.
Implementar con un buzón de sugerencia y libro de reclamaciones	El 14.55% indican que nunca toma en cuenta las sugerencias de sus clientes.	Falta de implementación del buzón de sugerencias, para conocer los reclamos y quejas de los clientes.

### 13. Establecer soluciones

#### Establecer acciones de mejora

<b>Indicadores</b>	<b>Problemas</b>	<b>Acciones de mejora</b>
Contratar un especialista para la solución oportuna en ventas	Algunos de los encuestados nunca están satisfechos con la solución oportuna por parte del personal de ventas, ante algún reclamo que presentó.	Capacitar al personal en temas farmacológicos
Capacitar al personal en temas de control, stock de medicamentos.	A algunos de los encuestados no les satisface el sistema de control de stock de medicamentos.	Implementar con más productos e insumos farmacéuticos
Tener un inventario adecuado de los productos	El 9.09% de los encuestados indicaron que nunca les satisface el tiempo de entrega de los medicamentos.	Capacitar al personal y clasificar adecuadamente los productos e insumos.
Implementar con un buzón de sugerencia y libro de reclamaciones	Según las encuestas el 14.55% indican que nunca toma en cuenta las sugerencias de sus clientes.	Implementación del buzón de sugerencias.

#### 14. Estrategias para implementación de la acción de mejora

Acciones de mejores	Recursos Humanos	Recursos Económicos	Materiales e equipos	Tiempo
Capacitar al personal en temas farmacológicos	Gerente de la Farmacia Farma Recuay	s/ 1,200	- Materiales de escritorio - laptop - multimedia	Trimestral
Implementar con más productos e insumos farmacéuticos	Gerente de la Farmacia Farma Recuay	s/ 3,500	- Productos e insumos farmacéuticos	Anual
Capacitar al personal y clasificar adecuadamente los productos e insumos.	Gerente de la Farmacia Farma Recuay	s/ 1,500	- Materiales de escritorio - Laptop - Multimedia	Trimestral
Implementación del buzón de sugerencias.	Gerente de la Farmacia Farma Recuay	s/ 1,000	- Libro de sugerencia - buzón de sugerencia	Semestral

**Nota:** Elaboración propia.

### 15. Cronograma de actividades

Acciones de mejores	Inicio	Termino	Mes												
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Capacitar al personal en temas farmacológicos	1/01/2023	12/01/2023	X	X	X	X									
Implementar con más productos e insumos farmacéuticos	1/01/2023	12/01/2023	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacitar al personal y clasificar adecuadamente los productos e insumos.	1/01/2023	12/01/2023	X	X	X	X	X	X							
Implementación del buzón de sugerencias.	1/01/2023	12/01/2023	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

**Nota:** Elaboración propia

## V. CONCLUSIONES

Se concluyó de que, la mayor parte de los clientes estiman que solo algunas veces están satisfechos en el proceso de la entrega de las medicinas en tiempo, stock, calidad; al igual, con la respuesta por parte del personal de ventas de la farmacia Farma Recuay a sus dudas y consultas; además, indican estar satisfechos sólo algunas veces con la solución oportuna por parte del personal de ventas, ante algún reclamo que se presentó; también, los clientes manifiestan estar satisfecho con el servicio y adquisición del producto en la farmacia Farma Recuay; Por lo tanto, los clientes requieren de una buena atención, porque a través de ello conocerán sus necesidades y requerimientos.

Por consiguiente, la mayoría de los clientes manifiestan que algunas veces, recomendarían a sus amistades sobre los servicios y calidad de los productos que brinda la farmacia; también, consideran que la farmacia Farma Recuay algunas veces satisface a sus clientes con el cumplimiento de lo ofrecido y lo promocionado; asimismo, indican estar siempre satisfechos en el tiempo de entrega de los medicamentos; por lo tanto, tendremos clientes recomendados por sus amistades a los que se tendrá que mejorar en satisfacer con lo ofrecido y promocionado; además, de satisfacerlos en el tiempo de entrega de los productos.

Asimismo, solo algunas veces los medicamentos satisfacen la necesidad del cliente de contar con medicamentos de alta calidad, por otro lado, algunas veces toma en cuenta las sugerencias de sus clientes para la mejora de la venta de medicamentos; por lo tanto, es importante contar con los mejores productos, trabajadores, instalaciones, garantía, promociones, etc., que permita a la empresa captar la lealtad que necesita.

Finalmente, se ideó un plan de mejora, con la finalidad de proponer herramientas y estrategias oportunas para resolver las dificultades dentro de la farmacia e instaurar las medidas correctivas para el crecimiento de las mismas.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Recomendar al administrador de la empresa, de tener satisfecho a los clientes, con la calidad de los servicios brindados, en sus diversos momentos en la atención al cliente, contar con productos de calidad, tener una infraestructura en buenas condiciones.

Realizar capacitaciones constantes al personal de la empresa enfocada en temas de atención al cliente, seguridad y salud en el entorno laboral, solución de problemas, relación laboral entre otros. Con el objetivo de tener al personal capacitado e identificado con la empresa, brindando así una atención de mucho nivel, logrando satisfacer a nuestros clientes.

Enfatizar la comunicación ya que es un factor importante al momento de interactuar con los clientes, para lograr una buena atención. De esta manera el cliente podrá expresar por medio de la comunicación al personal y este podrá dar solución a sus demandas o quejas. De esta manera se podrá lograr la fidelización al cliente.

Recomendar en trabajar las dimensiones de calidad interno de la empresa como la rápida solución de los problemas de los trabajadores que impiden atender al cliente, la planificación, capacitación y programa de incentivos a los trabajadores.

Se sugiere implementar la propuesta del plan de mejora, el cual ha sido elaborado por la investigadora.

## REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Abal, A. E. (2019) “La calidad del servicio como estrategia de la satisfacción del cliente en la bodega andara, Distrito San Rafael- 2018.” Huánuco: ULADECH. [https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/13699/SATISFACCION\\_DEL\\_CLIENTE\\_ABAL\\_ASCAYO\\_EMERSON\\_.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/13699/SATISFACCION_DEL_CLIENTE_ABAL_ASCAYO_EMERSON_.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Arias Rivera , C. J., & Romero Bravo , D. J. (2019). Nivel de servicio al cliente prestado a los usuarios de los dispensarios de eticos serrano Gomez LTDA. Colombia. [https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/6828/Nivel\\_Servicio al\\_Cliente\\_Prestado\\_Usuarios\\_Dispensarios\\_Eticos\\_Resumen.pdf?sequence=1](https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/6828/Nivel_Servicio_al_Cliente_Prestado_Usuarios_Dispensarios_Eticos_Resumen.pdf?sequence=1)
- Castillo Mendez, M. (2019). Evaluación de la satisfacción al cliente interno y el clima organizacional en la unidad gestión de servicios generales del área de salud Paraíso Cervantes en el año 2019. colombia <https://n9.cl/vchkz>
- Cristofani, F. (2020). Gestión de calidad: qué es y cómo implementar en cualquier compañía. Atlas Consultora. <https://www.atlasconsultora.com/gestion-de-calidad/>
- Cohen, N. & Gómez, G (2019). Metodología de la investigación ¿para qué? (Primer Ed). Buenos Aires. [http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20190823024606/Metodologia\\_para\\_que.pdf](http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20190823024606/Metodologia_para_que.pdf)
- ComexPerú (2020). Las mype peruanas en 2019 y su realidad ante la crisis. Sociedad de Comercio Exterior Del Perú, 1–4. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/las-mype-peruanas-en-2019-y-surealidad-ante-la-crisis>.
- Chávez García, L. E. (2019). “*Calidad de servicio y satisfacción de usuarios que acuden al servicio de farmacia del Hospital El Esfuerzo, Trujillo 2019*”. Trujillo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/51476/Ch%c3%a1vez\\_GLE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/51476/Ch%c3%a1vez_GLE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Chipillo, B. (2019). Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector comercio – rubro farmacias del distrito de Huaraz, 2018. (Tesis de pregrado). Universidad Católica los Angeles de Chimbote facultad de ciencias contables, financieras y administrativas.

<https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3257/ADMINISTRACION%20->

DIGEMID. (2020). Por la mejora continua de los servicios que brinda a la población a fin de garantizar el acceso a medicamentos Digemid revalida certificación ISO 9001-2015 al Sistema de Gestión de la Calidad hasta el 2022. <http://www.digemid.minsa.gob.pe/Main.asp?Seccion=3&IdItem=2233>

Dionicio Isidro, S. J. (2020). “Satisfacción del cliente y el posicionamiento de la empresa farmacéutica botica biofarma del distrito de Huánuco – 2020”., Huanuco. [https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/19128/SATISFACCION\\_CLIENTE\\_%20POSICIONAMIENTO\\_DIONICIO\\_ISIDRO\\_SILVIA\\_JULIETA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/19128/SATISFACCION_CLIENTE_%20POSICIONAMIENTO_DIONICIO_ISIDRO_SILVIA_JULIETA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Egusquiza Caceres, M. I. (2019). “Nivel De Satisfacción De Usuarios Que Acuden Al Servicio De Odontología En Un Centro De Salud De La Provincia De Chimbote En El Año 2019”. Chimbote. [https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/4752/T061\\_06192499\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/4752/T061_06192499_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Fresno, C. (2019). Metodología de la investigación: así de fácil (El Cid Edi). [https://fama.us.es/discovery/fulldisplay/alma99133268005256/34CBUA\\_US:VU1](https://fama.us.es/discovery/fulldisplay/alma99133268005256/34CBUA_US:VU1)

García, A., García, G., Pérez, M. & Sánchez, L. (2021). Manual de dirección de operaciones. Decisiones estratégicas. Editor Ed. Universidad de Cantabria, 2021. [https://books.google.com.pe/books?id=1BMgEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=1BMgEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Gonzales Estacio, & Lauren Yireil. (2018). “Estudio de Endomarketing para determinar la satisfacción del cliente interno en la IPS En salud Colombia S.A.S”. Colombia. <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/10789/T08420.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

González, O. (2020). Sistema de gestión de calidad: Teoría y práctica bajo la norma ISO 2015. Ecoe Ediciones. [https://books.google.com.pe/books/about/Sistemas\\_de\\_gesti%C3%B3n\\_de\\_calidad.html?id=tt8GzgEACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.pe/books/about/Sistemas_de_gesti%C3%B3n_de_calidad.html?id=tt8GzgEACAAJ&redir_esc=y).

Hammond, M. (2022). Satisfacción del cliente: qué es, sus elementos y cómo medirla. Gestión de clientes lectura de 14 min. <https://blog.hubspot.es/service/satisfaccion-del-cliente>.

- Hernández, R., y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las Rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: McGRAW-HILL.  
[http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf)
- Izquierdo Carrasco, F. A. (2019). Atención al cliente en el proceso comercial. España: IC Editorial. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/113432?page=3>
- Jabaloyes Vivas, J. (2020). Instrucción a la gestión de calidad. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/165233?page=2>
- Mateos de Pablo Blanco, M. A., & Torre Gomez, C. A. (2022). Atención Básica al Cliente. Málaga: IC Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/221053?page=3>
- Mendieta Franco, L. C. (2020). “Nivel de satisfacción del usuario del servicio de farmacia del Centro de Salud Melvin Jones, distrito el Porvenir- junio 2020”. Trujillo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47170/Mendieta\\_FLCS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47170/Mendieta_FLCS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- MINSA. (2019). Resolución Ministerial N° 337- 2019/MINSA. <https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/273735-337-2019-minsa>
- Morocho Revollo, T. C. (2019). Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A., 2018. Lima. [https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/1809/Thalia\\_Tesis\\_1\\_licenciatura\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/1809/Thalia_Tesis_1_licenciatura_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Norabuena Mautino, R. M. (2018). “estrés laboral y satisfacción de los trabajadores de la dirección regional de salud de Ancash - Huaraz, 2016”,. Huaraz. [http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/2906/T033\\_4046238\\_0\\_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/2906/T033_4046238_0_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2017). Marketing. Addison-Wesley. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6748137>
- Plaza, R., & Jazmin, G. (2018). Diseño de un sistema de gestión de calidad basado en la norma iso 9001:2015 en la escuela esteban cordero borrero (fe y alegría). Guayaquil: Repositorio UG [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/16913/CALIDAD\\_FIDELIZACION\\_Y\\_GESTION\\_FLORES\\_GARCIA\\_TATIANA\\_LUCERITO\\_DEL\\_PILAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/16913/CALIDAD_FIDELIZACION_Y_GESTION_FLORES_GARCIA_TATIANA_LUCERITO_DEL_PILAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Perú 21. (2020). Farmacias abastecidas ante mayor demanda.  
<https://peru21.pe/economia/coronavirus-farmacias-abastecidas-ante-mayor-demanda-noticia/?ref=p21r>.
- Peña, G. (2017). Efectos del sistema de gestión de la calidad en las entidades del sector publico. Bogotá, Colombia: Ediciones USTA.  
<https://elibro.net/es/ereader/uladech/70701?page=1>.
- Peiró, R. (2018). Satisfacción del cliente.  
<https://economipedia.com/definiciones/satisfaccion-del-cliente.html>.
- Quilla, V. (2020). Desafíos en la gestión empresarial de las mypes en tiempos de COVID-19, Perú. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/4829120>
- Rojas, C. (2019). La industria farmacéutica peruana se transforma.  
<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2019/12/09/industria-farmacutica/#:~:text=El%20mercado%20de%20la%20industria%20farmac%C3%A9utica%20en%20el%20Per%C3%BA%20es,4%20000%20millones%20de%20d%C3%B3lares.>
- Rozo, P. N. (2018). Estudio de mercado para la comercialización de pan artesanal congelado. Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/20162/T%20EAG%20R893e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Rogel Villacis, J. L. (2018). La Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente: Binomio clave en Agencias de Viajes. Ecuador.  
<http://www.postgradovipi.50webs.com/archivos/memorialia/2018-I/ARTICULO15.pdf>
- Sevillano Esquivel, J. (2019). Calidad del servicio y satisfacción en usuarios con VIH en el Hospital La Caleta, Chimbote, 2019. Chimbote.  
[http://repositorio.usanpedro.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/14342/Tesis\\_65709.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.usanpedro.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/14342/Tesis_65709.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sordo, A. (2021). Estrategia empresarial: tipos, implementación y ejemplos. Marketing, lectura de 13 min. <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategia-empresarial>.
- Torres, G. (2018). Gestión de la atención al cliente/consumidor. España: IC Editorial.  
<https://elibro.net/es/ereader/uladech/113435>
- Toral Tinitana , R., Alfredo Gallardo , N., Pasaca Mora, M., & Cevallos Cueva, C. (2019). La gestión del entorno comercial y su relación con la calidad del servicio al cliente

en el mercado. Ecuador. file:///C:/Users/danar/Downloads/Dialnet-LaGestionDelEntornoComercialYSuRelacionConLaCalida-6869938%20(1).pdf

Thompson, I. (2019). La Satisfacción del Cliente. <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.htm>.

Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. (2016). Código de ética para la investigación. Chimbote: Comité Institucional de ética en Investigación. <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>.

Walinson, F. R. (2018). El sabor de la mano en la masa del pan: Artesanía, tradición y actualidad. España: Universidad de Barcelona. <https://www.tdx.cat/handle/10803/666292#page=1>

## ANEXOS

Anexo 01 Matriz de consistencia

FORMULACION DEL PROBLEMA PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p><b>PROBLEMA GENERAL:</b></p> <p>¿Cuál es la propuesta de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</b></p> <p>1. ¿Cuáles son las características del rendimiento percibido como factor relevante de la satisfacción del cliente para la gestión de la calidad de la micro y pequeña empresa: caso “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021?</p> <p>2. ¿cuáles son las características de la expectativa como factor relevante de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021</p> <p>3. ¿Cuáles son las características del nivel de satisfacción como factor relevante de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL:</b></p> <p>Elaborar una propuesta de mejora de la satisfacción del cliente para la gestión de la calidad de la micro y mediana empresa: caso “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</b></p> <p>1. Describir las características del rendimiento percibido como factor relevante de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021.</p> <p>2. Detallar las características de la expectativa como factor relevante de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021.</p> <p>3. Identificar las características del nivel de satisfacción como factor relevante de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021.</p>	<p>No se planteó hipótesis por ser de nivel descriptivo</p>	<p><b>VARIABLE:</b> Satisfacción al cliente</p> <p><b>DIMENSIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rendimiento observado</li> <li>• Expectativas</li> <li>• Satisfacción</li> </ul>	<p><b>TIPO:</b> Cuantitativo</p> <p><b>NIVEL:</b> Descriptivo.</p> <p><b>DISEÑO:</b> No experimental-transversal. <b>POBLACIÓN:</b> 55 clientes de la micro y pequeña empresa de la farmacia: “FARMARECUAY E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021.</p> <p><b>TÉCNICA:</b> Encuesta</p> <p><b>INSTRUMENTO:</b> Cuestionarios</p>

**Nota:** Elaboración Propia

## Anexo 2: Instrumento de Recoleccion de datos

**Anexo C: Instrumento de recolección de datos**



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar la investigación titulada: **PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCION DEL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO "FARMARECUAY E.I.R.L." EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021.** Para obtener el título profesional de licenciado en administración.

**INSTRUCCIONES:**

Se presenta un conjunto de 13 ítems, los cuales miden las dimensiones de la experiencia del cliente en la gestión de la calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro Farmacia "FARMARECUAY E.I.R.L." en la ciudad de Huaraz. Se presenta una escala de valoración. Favor de marcar una de las alternativas, la que usted estime conveniente. Se agradece su participación en este cuestionario.

Nº	ÍTEMS	ESCALA		
		SIEMPRE	ALGUNAS VECES	NUNCA
<b>DIMENSIÓN 1: RENDIMIENTO OBSERVADO</b>				
1	¿Ud. está satisfecho con el proceso de ventas de la farmacia Recuay en la entrega de las medicinas en tiempo, stock, calidad?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	¿Ud. está satisfecho con la respuesta por parte del personal de ventas de la Farmacia Recuay a sus dudas y consultas?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	¿Ud. recomendaría a sus familiares y amistades, compra en la farmacia Recuay, medicamentos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>DIMENSIÓN 2: EXPECTATIVAS</b>				
4	¿Ud. informaría a sus amistades sobre los servicios y calidad de los	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	productos que brinda la farmacia Recuay?			
5	¿La farmacia Recuay satisface a sus clientes con el cumplimiento de lo ofrecido y lo promocionado?	<input checked="" type="checkbox"/>		
6	¿Te satisface el sistema de control de stock de medicamentos de la farmacia Recuay para ubicar de forma inmediata los medicamentos que le receto el médico?	<input checked="" type="checkbox"/>		
<b>DIMENSIÓN 3: SATISFACCION</b>		<b>SIEMPRE</b>	<b>ALGUNAS VECES</b>	<b>NUNCA</b>
7	¿Los medicamentos que comercializa la farmacia Recuay le satisface su necesidad de contar con medicamentos de alta calidad?	<input checked="" type="checkbox"/>		
8	¿La farmacia Recuay toma en cuenta las sugerencias de sus clientes para mejorar la venta de medicamentos?		<input checked="" type="checkbox"/>	

9.- ¿Cuál es el principal problema que percibe la empresa respecto a la satisfacción del cliente?

la atención es muy lenta en algunas ocasiones

#### INFORMACIÓN GENERAL

<p>10. ¿En qué rango de edad se encuentra?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> a. 18-30 años</p> <p><input type="checkbox"/> b. 31-50 años</p> <p><input type="checkbox"/> c. 51 años a mas</p>	<p>12. ¿Cuál es su grado de instrucción?</p> <p><input type="checkbox"/> a. Secundaria</p> <p><input type="checkbox"/> b. Superior no universitario</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> c. Superior universitario</p>
<p>11. ¿A qué género pertenece?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> a. Femenino</p> <p><input type="checkbox"/> b. Masculino</p>	<p>13. ¿Cuántos meses viene comprando los productos de esta empresa?</p> <p><input type="checkbox"/> a. 0 - 3 meses</p> <p><input type="checkbox"/> b. 4 - 6 meses</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> c. 7 meses a mas</p>

## Anexo 3: Validación de juicio de expertos.

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Espinosa Otoya, Victor Hugo

1.2. **Grado Académico:** Maestro en educación

1.3. **Profesión:** Licenciada en Administración

1.4. **Institución donde labora:** ULADECH CATÓLICA

1.5. **Cargo que desempeña:** Docente de investigación

1.6. **Denominación del instrumento:** Encuesta

1.7. **Autor del instrumento:** Angeles Vasquez, Danitza Rosalinda

1.8. **Carrera:** Administración de empresas

#### II. VALIDACIÓN:

##### Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Rendimiento observado</b>							
1. ¿Se cumplen con las expectativas de los clientes en función a las necesidades?	X		X		X		
2. ¿Se responde rápidamente las dudas y consultas de los clientes?	X		X		X		
3. ¿Los nuevos interesados por el servicio de la empresa llegan por recomendación de los Clientes habituales?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Expectativas</b>							
4. ¿usted informaría a sus amistades sobre los servicios y calidad de los productos de la farmacia?	X		X		X		
5. ¿La farmacia cumple con lo ofrecido y lo promocionado?	X		X		X		
6. ¿El servicio de farmacia cuenta con los medicamentos que le receto el médico?	X		X		X		
<b>Dimensión 3: Satisfacción</b>							
7. ¿El servicio y característica del producto cumple con sus expectativas como cliente?	X		X		X		
8. ¿De acuerdo a la calidad del producto y servicio usted recomendaría a la farmacia?	X		X		X		

Otras observaciones generales: Aplicable



ESPINOSA OTOYA VÍCTOR HUGO  
DNI: 07535731

## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Propuestas de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso "Farmarecuay E.I.R.L" en la ciudad de Huaraz, 2021

### II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO

Instrumento de recolección de datos del trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso "Farmarecuay E.I.R.L" en la ciudad de Huaraz, 2021

### III. TESISISTA

Angeles Vasquez, Danitza Rosalinda

### IV. DECISIÓN

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta la estructura y profundidad; por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

### OBSERVACIONES:

Instrumento aplicable

APROBADO:

SI

NO

EXPERTO EVALUADOR

Mgtr ESPINOSA OTOYA VÍCTOR HUGO

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** César Hernán Norabuena Mendoza

1.2. **Grado Académico:** Magister en Administración de Negocio

1.3. **Profesión:** Licenciada en Administración

1.4. **Institución donde labora:** ULADECH CATÓLICA

1.5. **Cargo que desempeña:** Docente de investigación

1.6. **Denominación del instrumento:** Encuesta

1.7. **Autor del instrumento:** Angeles Vasquez, Danitza Rosalinda

1.8. **Carrera:** Administración de empresas

### II. VALIDACIÓN:

#### Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Rendimiento observado</b>							
1. ¿Se cumplen con las expectativas de los clientes en función a las necesidades?	X		X		X		
2. ¿Se responde rápidamente las dudas y consultas de los clientes?	X		X		X		
3. ¿Los nuevos interesados por el servicio de la empresa llegan por recomendación de los Clientes habituales?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Expectativas</b>							
4. ¿usted informaría a sus amistades sobre los servicios y calidad de los productos de la farmacia?	X		X		X		
5. ¿La farmacia cumple con lo ofrecido y lo promocionado?	X		X		X		
6. ¿El servicio de farmacia cuenta con los medicamentos que le receto el médico?	X		X		X		
<b>Dimensión 3: Satisfacción</b>							
7. ¿El servicio y característica del producto cumple con sus expectativas como cliente?	X		X		X		
8. ¿De acuerdo a la calidad del producto y servicio usted recomendaría a la farmacia?	X		X		X		

Otras observaciones generales: Aplicable

  
DNI: 43278157 |

## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Propuestas de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso "Farmarecuay E.I.R.L." en la ciudad de Huaraz, 2021

### II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO

Instrumento de recolección de datos del trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso "Farmarecuay E.I.R.L." en la ciudad de Huaraz, 2021

### III. TESISISTA

Angeles Vasquez, Danitza Rosalinda

### IV. DECISIÓN

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta la estructura y profundidad; por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

### OBSERVACIONES:

Instrumento aplicable

APROBADO:

SI

NO



\_\_\_\_\_  
EXPERTO EVALUADOR

César Hernán Norabuena Mendoza

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**V. DATOS GENERALES:**

- 5.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Lizbeth Ralli Magipo
- 5.2. **Grado Académico:** Magister en Administración de Negocio
- 5.3. **Profesión:** Licenciada en Administración
- 5.4. **Institución donde labora:** ULADECH CATÓLICA
- 5.5. **Cargo que desempeña:** Docente de investigación
- 5.6. **Denominación del instrumento:** Encuesta
- 5.7. **Autor del instrumento:** Angeles Vasquez, Danitza Rosalinda
- 5.8. **Carrera:** Administración de empresas

**VI. VALIDACIÓN:**

**Ítems correspondientes al Instrumento 1**

Nº de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Rendimiento observado</b>							
1. ¿Se cumplen con las expectativas de los clientes en función a las necesidades?	X		X		X		
2. ¿Se responde rápidamente las dudas y consultas de los clientes?	X		X		X		
3. ¿Los nuevos interesados por el servicio de la empresa llegan por recomendación de los Clientes habituales?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Expectativas</b>							
4. ¿usted informaría a sus amistades sobre los servicios y calidad de los productos de la farmacia?	X		X		X		
5. ¿La farmacia cumple con lo ofrecido y lo promocionado?	X		X		X		
6. ¿El servicio de farmacia cuenta con los medicamentos que le receto el médico?	X		X		X		
<b>Dimensión 3: Satisfacción</b>							
7. ¿El servicio y característica del producto cumple con sus expectativas como cliente?	X		X		X		
8. ¿De acuerdo a la calidad del producto y servicio usted recomendaría a la farmacia?	X		X		X		

Otras observaciones generales: Aplicable

  
 \_\_\_\_\_  
 Lizbeth Ralli Magipo,  
 Magister en Administración de Negocios  
 DNI: 40311682

## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Propuestas de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso "Farmarecuay E.I.R.L." en la ciudad de Huaraz, 2021

### II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO

Instrumento de recolección de datos del trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso "Farmarecuay E.I.R.L." en la ciudad de Huaraz, 2021

### III. TESISISTA

Angeles Vasquez, Danitza Rosalinda

### IV. DECISIÓN

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta la estructura y profundidad; por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

### OBSERVACIONES:

Instrumento aplicable

APROBADO:

SI

NO

  
Lizbeth Ralli Magipo.  
Magister en Administración de Negocios  
**EXPERTO EVALUADOR**

Anexo 4: Confiabilidad del instrumento

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
1		Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Suma		<b>Simbolo sumatoria</b>					
2	Sujeto1	1	2	1	1	1	1	1	2	10		Alfa	0.7271075				
3	Sujeto2	1	1	1	1	1	2	1	2	10		Numero de Items	10				
4	Sujeto3	1	1	1	2	2	2	1	2	12		Varianza de cada item	1.69				
5	Sujeto4	2	2	2	2	2	2	1	2	15		Varianza total	4.89				
6	Sujeto5	1	1	1	1	2	2	1	2	11							
7	Sujeto6	1	1	1	2	1	2	1	1	10							
8	Sujeto7	2	1	1	1	1	2	1	2	11							
9	Sujeto8	1	2	1	1	2	1	1	2	11							
10	Sujeto9	2	2	2	2	2	2	2	3	17							
11	Sujeto10	1	2	2	2	1	2	2	1	12							
12	<b>Varianzas</b>	0.21	0.25	0.21	0.24	0.24	0.16	0.09	0.29								
13																	
14	<b>Nota:</b>																
15	<b>Escala de Likert</b>																
16	Siempre			1													
17	Alguna veces			2													
18	Nunca			3													
19																	
20																	
21																	
22																	
23																	
24																	

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Nota: El Alfa de Cronbach se encuentra en 0.7 moderada la encuesta es fiable.



Para el calculo del alfa de croncash se lleo a encuestar a 10 clientes de la Empresa "Farmarecuay E.I.R.L" En La Ciudad De Huaraz, con la finalidad de medir la satisfacción al cliente. El resultado del alfa de Cronbach es de 0.7 en el análisis de resultado encontrándose en un intervalo bueno.

Anexo 5: Consentimiento Informado



**PROCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS**  
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCION DEL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO "FARMARECUAY E.I.R.L" EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021.** Y es dirigido por Rojas Díaz, Laura María, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los representantes para proponer mejoras de los factores relevantes de la experiencia al cliente para la gestión de calidad en las imprentas de la ciudad de Huaraz, y de esta manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo [1211181026@uladech.pe](mailto:1211181026@uladech.pe) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Estka Rigas Castillo

Fecha: 21/10/2021

Correo electrónico: akiesc@gmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Firma del investigador: [Firma manuscrita]



**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS**  
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCION DEL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO "FARMARECUAY E.L.R.L." EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021.** Y es dirigido por Rojas Díaz, Laura María, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los representantes para proponer mejoras de los factores relevantes de la experiencia al cliente para la gestión de calidad en las imprentas de la ciudad de Huaraz, y de esta manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo [1211181026@uladegh.pe](mailto:1211181026@uladegh.pe) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: MAGUELINE RAMOS CORNEJO

Fecha: 16 DE OCTUBRE 2021

Correo electrónico: Xiarita1756@hotmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Firma del investigador: [Firma manuscrita]

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS**

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCION DEL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO "FARMARECUAY E.I.R.L." EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021**. Y es dirigido por Rojas Díaz, Laura María, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los representantes para proponer mejoras de los factores relevantes de la experiencia al cliente para la gestión de calidad en las imprentas de la ciudad de Huaraz, y de esta manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo [1211181026@uladech.pe](mailto:1211181026@uladech.pe) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: JACQUELINE RAMOS CORNEJO

Fecha: 16 DE OCTUBRE 2021

Correo electrónico: Kiarita1756@hotmail.com

Firma del participante: J.R.C.

Firma del investigador: [Firma]



**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS**  
**(Ciencias Sociales)**

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCION DEL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO "FARMARECUAY E.L.R.L" EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021.** Y es dirigido por Rojas Díaz, Laura María, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los representantes para proponer mejoras de los factores relevantes de la experiencia al cliente para la gestión de calidad en las imprentas de la ciudad de Huaraz, y de esta manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo [1211181026@uladech.pe](mailto:1211181026@uladech.pe) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Sandra Meza Pablo

Fecha: 16/10/2021

Correo electrónico: sandria17@hotmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Firma del investigador: [Firma manuscrita]



Recibido

08/09/2021

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Carta s/n° 01 - 2021-ULADECH CATÓLICA

Sr(a).  
Roció Carrión Carrión  
Gerente general de la "FARMARECUAY E.I.R.L" en la ciudad de Huaraz  
Presente.-

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, ANGELES VASQUEZ DANITZA ROSALINDA con código de matrícula N° 12111181026, de la Carrera Profesional de Administración ciclo VIII, quien solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado, **PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCION DEL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO "FARMARECUAY E.I.R.L" EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021**, durante los meses de ejecución 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,

ANGELES VASQUEZ, DANITZA ROSALINDA  
DNI. N° 70353805

Anexo 07 Evidencia de ejecución (Declaración Jurada, base de datos)

Yo, Angeles Vasquez Danitza Rosalinda, identificado a con DNI 70353805 con código de estudiante 1211181026 de la Escuela profesional de Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Declaro bajo juramento que:

Los datos presentados en los resultados de la Investigación son reales, no han sido falsificados, ni copiados. Los resultados fueron obtenidos de los clientes de la farmacia “FARMARECUAY E.I.R.L”, quienes participaron en la encuesta en forma voluntaria para realizar la investigación titulada: Propuesta de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso “Farmarecuay E.I.R.L” en la ciudad de Huaraz, 2021. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la Investigación, asimismo no presenta ningún tipo de interés. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar, por el incumplimiento de lo declarado. Por la presente me comprometo a asumir todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del Trabajo de Investigación.