



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Gestión de Calidad bajo en enfoque de Atención al Cliente de
las mypes del sector comercio, rubro Boticas del Distrito de
Manantay, 2017.

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

AUTOR:

Bach: Jesús Euler Aliaga Garrido

TUTOR:

Mga. Crysber Moisés Valdiviezo Saravia

PUCALLPA – PERÚ

2017

1. TÍTULO DE TESIS

Gestión de Calidad bajo en enfoque de Atención al Cliente de las mypes del sector comercio, rubro Boticas del Distrito de Manantay, 2017.

PÁGINA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. Sergio Oswaldo Ortíz García
Secretario

Mgtr. José Luís Meza Salinas
Miembro

Dr. Geider Grandes García
Presidente

Mba. Crysber Moisés Valdiviezo Saravia

Asesor

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, ALMA MATER por haberme encaminado a mi profesión, preparándonos para un futuro competitivo en la Escuela Profesional de Administración.

A mi familia, en especial a mi madre por el constante apoyo incondicional en mi vida, por sus sabios consejos en mi desarrollo profesional para ser una persona útil en la sociedad.

Al personal docente de la ULADECH, Administradores, Contadores, Abogados, etc. quienes impartieron sus conocimientos profesionales; haciendo de mi un profesional útil a la sociedad.

DEDICATORIA

A DIOS, por darme una nueva profesión en mi vida y las fuerzas para poder concretar mis objetivos trazados en la vida.

A mis amigos que son quienes han compartido conmigo vivencias propias del convivir diario en la ULADECH.

A mis hermanos quienes cumplieron con su deber, brindándome el apoyo incondicional durante la realización de mi carrera profesional de Administración.

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación en estudio se realizó con el propósito de determinar la calidad enfocada en atención de los usuarios/clientes de las mypes sector comercio, rubro Boticas del Distrito de Manantay, 2017. Es de tipo cuantitativo con diseño no experimental-transversal descriptivo, el universo muestral estuvo constituido por 45 mypes, y en nuestro estudio según nuestra fórmula aplicada estudiamos solo 12 mypes. Para la recolección de datos, se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas y las dimensiones de análisis fueron 4: Datos de propietarios, Características de Mypes, Gestión de Calidad y Atención al Cliente. Utilizando la técnica de encuesta una va dirigida a los propietarios y otra a los clientes. El análisis y el procesamiento de datos se realizaron en el programa SPSS, versión 18.0, con el se elaboraron tablas y gráficos simples y porcentuales para obtener los resultados. Los resultados de la dimensión sobre: los propietarios; alcanzo que el 50% de encuestados fluctúa entre los 45 a 64 años, sexo femenino y predomina el nivel técnico en un 66%, las características de las Mypes; el 33% indican dedicarse a esta actividad hace 3 años, el 54% son trabajadores permanentes, 91% eventuales y el 100% formalizadas; en Gestión de calidad el 50% afirma haber obtenido capacitaciones, solo el 11% cuenta con ventilación adecuada y el 82 % afirman conocer las normas de ISO; y en Atención al Cliente el 90% muestran interés, el 10% no da buena atención y el 15% no regresaría como cliente; por este motivo es que nos permite ejecutar la gestión de calidad, para el crecimiento y desarrollo de las Mypes.

Palabras clave: Gestión de calidad, atención al cliente, Mypes.

ABSTRACT

In the present work of research in study was conducted with the purpose of determining the quality focused on attention of users / customers of the mypes sector, trade Botanics of the District of Manantay, 2017. It is of quantitative type with no experimental-transversal design descriptive, The sample universe was constituted by 45 mypes, and in our study according to our applied formula we studied only 12 mypes. For the data collection, a questionnaire of 23 questions was applied, the analysis dimensions were 4: Owner data, Characteristics of Mypes, Quality Management and Customer Service. Using the survey technique, one goes to the owners and the other to the clients. The analysis and data processing were carried out in the SPSS program, version 18.0, with which simple and percentage tables and graphs were prepared to obtain the results. The results of the dimension on: the owners; I reach that 50% of respondents fluctuate between 45 to 64 years, female and the technical level predominates in 66%, the characteristics of Mypes; 33% indicate dedicating themselves to this activity 3 years ago, 54% are permanent workers, 91% temporary and 100% formalized; in Quality Management, 50% claim to have obtained training, only 11% have adequate ventilation and 82% claim to know the ISO standards; and in Customer Service 90% show interest, 10% do not give good attention and 15% will not return as a client; for this reason, it allows us to execute quality management for the growth and development of Mypes.

Keywords: Quality management, customer service, Mypes.

ÍNDICE	Pág.
Título de tesis	ii
Hoja de firma de jurado	iii
Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	iv
Resumen y abstract	v
Contenido	vi
I. Introducción	16
II. Revisión de literatura	21
III. Hipótesis	57
IV. Metodología	58
4.1. Diseño de la investigación	58
4.2. Población y muestra	59
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	63
4.4. Técnica e instrumentos	68
4.5. Plan de análisis	68
4.6. Matriz de consistencia	69
4.7. Principios éticos	72
V. Resultados	74

5.1. Resultados	74
5.2. Análisis de resultados	97
VI. Conclusiones y recomendaciones	101
6.1 Referencias bibliográficas	105
Anexos	109
- Instrumento de recolección (encuestas)	110
- Anexo 1 (cronograma, presupuesto y financiamiento)	113
- Fuente de DIGEMID (mypes formalizadas)	116

Índice de tablas y gráficos vii

Tablas	Pág.
Tabla 01: Describir las principales características del perfil de los representantes legales de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	74
Tabla 02: Sexo de los representantes legales de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay,2017.	75
Tabla 03: Grado de Instrucción de los representantes legales de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	76
Tabla 04: Estado civil delos representantes legales de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	77
Tabla 05: Profesión y/o ocupación de los representantes legales de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	78
Tabla 06: Hace cuánto tiempo se encuentra en rubro y sector de los representantes legales de las mypes del sector comercio, rubro boticas de distrito de Manantay,2017.	79
Tabla 07: Número de trabajadores permanentes de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	80
Tabla 08: Número de trabajadores eventuales de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	81

Tabla 09: Si se encuentran formalizadas las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	82
Tabla 10: Es persona natural o jurídica en las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	83
Tabla 11: Cuantos cursos de capacitación ha tenido Ud. En los últimos 2 años de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	84
Tabla12: Si tuvo una capacitación en qué tipo de cursos participo Ud. como representante de las mypes sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	85
Tabla 13: El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación? De las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	86
Tabla 14: En qué temas se capacitaron sus trabajadores de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	87
Tabla 15: La infraestructura de su empresa reúne las condiciones adecuadas para la atención de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	88
Tabla 16: El equipamiento (computadoras, vitrinas, vidriería) es moderno de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	89

Tabla 17: Su producto que comercializa está regulado por la DIGEMID de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay 2017.	90
Tabla 18: Ud. como propietario conoce las normas de ISO de certificación de calidad para las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	91
Tabla 19: La presentación de su personal al público es, en las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	92
Tabla 20: Los trabajadores mostraron interés en la atención individualizada en las mypes sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	93
Tabla 21: Como fue el trato que recibieron de los trabajadores a los clientes en las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	94
Tabla 22: El personal que lo atendió, brindo una respuesta clara y confiable a los clientes de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	95
Tabla 23: Considera Ud. Que por la atención que le brindaron regresaría en otra oportunidad a las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	96

Gráficos	Pág
Gráfico01: Describir las principales características del perfil de los representantes legales de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	74
Grafico02: Sexo de los representantes legales de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay,2017.	75
Grafico03: Grado de Instrucción de los representantes legales de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	76
Grafico 04: Estado civil delos representantes legales de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	77
Gráfico 05: Profesión y/o ocupación de los representantes legales de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	78
Gráfico06: Hace cuánto tiempo se encuentra en rubro y sector de los representantes legales de las mypes del sector comercio, rubro boticas de distrito de Manantay, 2017.	79
Gráfico 07: Número de trabajadores permanentes de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	80
Gráfico 08: Número de trabajadores eventuales de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	81
Gráfico 09: Si se encuentran formalizadas las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017.	82

- Gráfico 10: Es persona natural o jurídica en las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017. 83
- Gráfico 11: Cuantos cursos de capacitación ha tenido Ud. En los últimos 2 años de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017. 84
- Gráfico 12: Si tuvo una capacitación en qué tipo de cursos participo Ud. como representante de las mypes sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017. 85
- Gráfico 13: El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación? De las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017. 86
- Gráfico 14: En qué temas se capacitaron sus trabajadores de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017. 87
- Gráfico 15: La infraestructura de su empresa reúne las condiciones adecuadas para la atención de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017. 88
- Gráfico 16: El equipamiento (computadoras, vitrinas, vidriería) es moderno de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017. 89
- Gráfico 17: Su producto que comercializa está regulado por la DIGEMID de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay,2017. 90

- Grafico 18: Ud. como propietario conoce las normas de ISO de certificación de calidad para las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017. 91
- Grafico 19: La presentación de su personal al público es, en las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017. 92
- Gráfico 20: Los trabajadores mostraron interés en la atención individualizada en las mypes sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017. 93
- Gráfico 21: Como fue el trato que recibieron de los trabajadores a los clientes en las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017. 94
- Grafico 22: El personal que lo atendió, brindo una respuesta clara y confiable a los clientes de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017. 95
- Grafico 23: Considera Ud. Que por la atención que le brindaron regresaría en otra oportunidad a las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017. 96

I

INTRODUCCIÓN

En la economía peruana las micro y pequeñas, son de gran importancia en el desarrollo empresarial a nivel nacional. Los avances tecnológicos, la competitividad, el libre comercio, la globalización han abierto nuevos mercados hacia el mundo entero, generado la demanda de bienes y servicios en las empresas peruanas. En lo referente a la Gestión de Calidad de las mypes esto nos permitirá en los procesos planificar, organizar, direccionar y controlar el futuro de la empresa para así ser eficaz y mejorar los productos o servicios en el proceso de toda organización. En la atención del cliente veremos la expectativa del usuario que puedan ser altas o bajas por su condición social en el que viven, y la eficacia del servicio brindado por el servidor profesional a su cargo, que permitirá cumplir con los objetivos de la empresa.

El presente trabajo de investigación en la región de Ucayali tiene como objetivo la atención de los clientes, en las Boticas de Distrito de Manantay, con el fin de incrementar las ventas, y brindar un mejor servicio de calidad, a sus clientes/usuarios.

En el planteamiento del problema se investigará, la calidad en los servicios que toma una gran importancia en los negocios, por el simple hecho de que los clientes exigen siempre lo mejor. El distrito de Manantay cuenta con pocas boticas por ser un distrito joven, y la dispensación/expendio es al precio bajo, para satisfacer las necesidades y así captar mayor cantidad de clientes/usuario.

Gran importancia es la calidad en la atención brindada al cliente, la amabilidad, la satisfacción ofrecida será el indicador clave para el desarrollo de la empresa. En el presente proyecto de investigación de la calidad y atención del

cliente, se comprobó las exigencias de los consumidores son de vital importancia para una atención de calidad del cliente/usuario según sus expectativas y sus satisfacciones.

En el presente proyecto de investigación, queremos dar a conocer la importancia de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay 2017, que nos permitirá llevar a las empresas al éxito, favoreciendo logros, objetivos y haga más competitivas a las empresas, satisfaciendo plenamente las necesidades de atención al cliente.

Planteamiento de la investigación

1.1 Planteamiento del Problema.

Los clientes consumidores escogen una Botica basándose en muchos factores tales como: precios, ubicación, horarios, promociones, calidad del servicio y del producto. Los clientes buscan una botica por enfermedades de todo tipo, también por prevención y en su mayoría por situaciones delicadas de salud. El personal encargado en la dispensación de los insumos y medicamentos de las boticas se enfocan en vender el producto de la mejor marca o del laboratorio que ofrece mejores comisiones, olvidándose que del otro lado del mostrador esta un cliente, quien desea un buen servicio, una asesoría adecuada y la sensación de que se le presta atención a sus necesidades.

Las boticas del distrito de Manantay, necesitan brindar buen servicio al cliente para ser más competitivas, por ello es necesario evaluar la calidad del

servicio y estrategias que utilizan en el servicio que actualmente prestan a los clientes.

Las organizaciones le han dejado de dar importancia de servicio al cliente y se han dedicado casi en su totalidad a lo financiero, es por esto que se pretende evaluar el servicio de calidad de atención al cliente; que se presta actualmente en las boticas privadas del área urbana del distrito de Manantay.

1.1.1 Caracterización del problema

Las boticas como negocio y actividad económica desde la década de los noventas han sufrido una gran transformación debido a la inflación y el libre comercio que se produjo de los propietarios con tan solo en poner su negocio. La liberalización del mercado produjo cambios sustanciales como:

- La proliferación de muchas boticas en una misma área
- El monopolio de las boticas en las grandes cadenas a nivel nacional.
- El ingreso de los medicamentos genéricos a libre demanda por las fronteras.
- La clandestinidad de las boticas en algunos lugares de cada ciudad.
- El incumplimiento de la normativa en expendio de medicamentos.
- Automedicación de cliente sin prescripción de una receta médica.

Se aprecia un aumento de la competencia por lo que esto incide en los precios. Y que también se produce una competencia desigual, pues ahora las boticas pequeñas pierden la guerra frente a las grandes cadenas.

El ingreso de medicamentos genéricos, si bien estos están más al alcance de los consumidores, el margen de utilidad cae drásticamente:

- La clandestinidad nos lleva a la informalidad y a la no garantía de la dispensación.
- El incumplimiento nos conlleva a muchas faltas administrativas.
- La irresponsabilidad por parte del cliente para el bienestar de su salud.

1.1.2 Enunciado del problema

¿Es posible la fidelización de los clientes para aquellas mypes del sector comercio, rubro Boticas del distrito de Manantay con una gestión enfocada en atención al cliente?

1.1.3 Objetivos de la investigación

Objetivo General

Determinar la influencia de la calidad de atención al cliente en la Gestión de las empresas mypes del sector comercio, del Rubro Boticas del Distrito de Manantay año 2017.

Objetivos Específicos

- Demostrar que la presentación, cantidad recursos humanos cumplan en la atención del cliente en el sector comercio rubro Boticas del Distrito de Manantay.
- Identificar si las Boticas cuentan con un personal capacitado para la dispensación de medicamentos, en el sector comercio rubro Boticas del Distrito de Manantay
- Determinar si las mypes del sector comercio rubro Boticas del Distrito de Manantay están formalizadas.

- Determinar si la infraestructura que presenta, contribuye en la satisfacción del cliente en el sector comercio rubro Boticas del Distrito de Manantay.
- Demostrar que el equipamiento tecnológico (TIC), contribuye en la satisfacción del cliente, en el sector comercio rubro Boticas del Distrito de Manantay.

1.1.4 Justificación de la investigación:

Las ciencias administrativas tienen por finalidad servir a su sociedad, e investigar sus temáticas, una de ellas son los factores de las empresas, ya que el éxito de estas es el éxito de la sociedad y la nación.

Es por eso que se escogió el rubro Boticas, en el distrito de Manantay, ¿por qué? El rubro boticas es un rubro particular que aun al ser una actividad comercial que se requiere que se implemente tiene sus especificaciones, sus particularidades, se formule y brinde la mejor atención de calidad al cliente.

Por consiguiente, el trabajo nos servirá de base de datos para determinar el enfoque de atención al cliente de cada rubro, en este estudio, el de las boticas y servirá para todos aquellos que quieran invertir y analizar este rubro comercial. ¿para qué? Todo cliente necesite tener una información correcta confiable y fidedigna de un medicamento ya sea comercial o genérico; así como la dosis, la frecuencia, la vía de administración, periodo de duración del tratamiento en base a la receta del médico tratante para la recuperación de la salud del cliente.

También podremos apreciar qué en algunos casos la falta de expectativas y satisfacción en la atención del cliente/usuario de dichas micros y pequeñas empresas nos traen problemas futuros para una buena atención de calidad a nuestros clientes y brindar un buen servicio.

Por lo cual se analiza que el personal no está dando una adecuada atención en lo que se refiere a la dispensación, buen trato, orientación, comunicación para una adecuada atención de calidad al usuario o cliente.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Díaz, M. (2010), realizó su tesis titulada “Modelo de gestión para la satisfacción de las necesidades de los clientes de la empresa MEGAPROFER S.A., Ambato, Ecuador”; El presente trabajo de investigación sobre modelo de gestión para la satisfacción de las necesidades de los clientes/usuarios de la empresa MEGAPROFER S.A., ubicada en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, cuya actividad está orientada a la importación y comercialización de productos ferreteros , inicia con el estudio de la problemática de la satisfacción del cliente por el servicio y atención que perciben, realizando también el sustento teórico de lo que es un modelo de gestión y datos importantes con la finalidad de poseer cimientos para poder desarrollar la propuesta de este trabajo investigativo.

La realización del presente trabajo se considera de suma importancia en virtud de que, a través de éste, se alcanzará mejorar todos los procesos, actividades y mecanismos que operan dentro de la empresa Megaprofer S.A., así también, llevarlo a cabo, ya que además de los beneficios que se logren, servirá como modelo, susceptible de ser utilizado por otras organizaciones.

Cerezo, G. (2015), realizó su tesis titulada “Gestión administrativa y financiera y su incidencia en la atención al cliente de la Corporación Nacional de

Telecomunicaciones agencia el Empalme año 2012” Ecuador; Una vez aplicada la encuesta a los diferentes usuarios que tiene la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, se pudo comprobar que las acciones emprendidas por las autoridades encargadas de la gestión administrativa y financiera de la entidad, contribuyen de manera directa con el buen servicio que se oferta. La Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, mantiene políticas, programas y estrategias empresariales para el desarrollo de las actividades cotidianas, lo que permite medir el nivel de cumplimiento de los objetivos organizacionales. La gestión financiera y administrativa que desarrolla la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, ha logrado en gran manera promover el desarrollo económico y financiero de la entidad a nivel macro.

Por ello se propone lo siguiente: la administración deberá evaluar permanentemente el desempeño de cada funcionario que colabora en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, de tal manera que se mejore el servicio que se da a los usuarios que asisten a la empresa en busca de un servicio o requerimiento técnico; además, los directivos deben implementar un modelo estratégico organizacional que les permita medir el nivel de cumplimiento de los objetivos y políticas estratégicas propuestas, en beneficio del crecimiento sostenible y sustentable de la empresa; por otro lado, los encargados de la gestión financiera, deben establecer un modelo de seguimiento mensual del presupuesto de gastos y de ventas proyectado, con la finalidad de obtener resultados que maximicen las ganancias de este ente contable.

Bastidas, M. y Calle, B. (2016), en su tesis titulada “Factores que influyen en la insatisfacción del usuario en relación a la calidad de atención del personal en el servicio de emergencia del hospital Francisco de Orellana de Coca. Año 2015” Ecuador; el presente proyecto estuvo orientado a investigar los factores que influyen en la insatisfacción del usuario en relación a la calidad de atención del personal en el servicio de Emergencia del Hospital Francisco de Orellana de Coca. Se aplicó la encuesta para recoger el criterio de 60 usuarios; el propósito de este estudio es mejorar la calidad de atención que eleve el nivel de satisfacción del usuario mediante la intervención de enfermería dirigida al personal de salud como a los usuarios. El diseño de esta investigación fue fijo transversal, descriptivo, explicativo, bibliográfico y de campo. Como resultados se obtuvo que la población que mayor demanda de atención de salud en emergencia es de 20 a 39 años que son el 46.67% y de sexo masculino el 63.33%; de etnia mestiza con el 50.01%, manifiestan insatisfacción por la atención el 55.00%; las razones de la insatisfacción representan a la falta de equipamiento de equipos, insumos, materiales en el 57.58%; demoras por trámites administrativos el 54.55%; instalaciones pequeñas para el servicio 63.64%; seguridad de lo personal en sus actividades que desempeñan en el 78.79%; indiferencia a los problemas de los pacientes 72.73%; falta de comunicación 57.58%; personal que no comprende la angustia del paciente 78.79%.

El autor socializó los resultados entre el personal de salud y realizó actividades de educación con los usuarios. Se concluyó que los usuarios presentaron alto grado de insatisfacción; que los factores que influyen en la insatisfacción son: área física pequeña, falta de equipos e insumos; y falta de

coordinación y comunicación por parte del personal. Palabras claves: Factores, Insatisfacción, Calidad de Atención, Usuario, Servicio de Emergencia.

Maldonado, A. (2015), en su tesis titulada “Calidad de atención percibida por los usuarios clientes de consulta externa del Hospital del Seguro Social Universitario La Paz, septiembre 2013” La Paz, Bolivia; El estudio se realizó con el propósito de determinar la percepción de la calidad de atención de los usuarios/clientes de la consulta externa en los servicios de Cardiología, Oftalmología, Neurología Clínica, Traumatología y Dental del Seguro Social Universitario La Paz, durante el mes de septiembre del 2013.

La metodología utilizada es cuali – cuantitativo prospectivo, de corte transversal descriptivo, se diseñó la encuesta SERVQUAL modificada, con la escala de Likert, con nivel de opinión de excelente, bueno, regular, deficiente y muy deficiente, con 18 preguntas, las dimensiones de análisis fueron 5: Tangibles, Confiabilidad, Respuesta rápida, Seguridad y Empatía. Para el cálculo de muestra se utilizó el Programa EPIDAT, con un Índice de confiabilidad de 90%, un error mastral de 10 y una prevalencia esperada de 50%. Obteniendo un número la muestra de 68 (100%) usuarios/clientes, los cuales fueron seleccionados por conveniencia, bajo los criterios de inclusión.

El análisis de la información fue realizado a través del programa SPSS. Los resultados de la dimensión tangibilidad, alcanzó los máximos puntajes en contra posición con las dimensiones de confiabilidad y respuesta rápida, seguridad y empatía; los servicios de la consulta externa, Cardiología, Traumatología, alcanzaron los máximos puntajes en contra posición con el servicio de Odontología y Oftalmología. Habiendo sido el servicio de Neurología clínica el que obtuvo los

promedios más bajos. Se concluye que los usuarios/clientes, perciben la calidad de atención en la consulta externa en las cinco dimensiones como buena.

Cortez, S. (2015), realizo su tesis titulada “Calidad de servicio al Cliente ofrecido en juzgados civiles de Colombia” Colombia; La investigación corresponde a una indagación exploratoria, que básicamente busca recabar información, a fin de llegar a la comprobación o reprobación de las hipótesis planteadas frente a la calidad del servicio al cliente que prestan actualmente los juzgados civiles del circuito en Colombia.

Se realizaron encuestas cerradas a los usuarios directos del sistema y algunos no usuarios para medir la percepción; de igual forma se establecieron entrevistas con cada una de las partes involucradas en el proceso de cobro judicializado y se analizaron casos reales, con lo que se concluyó principalmente que el servicio prestado no cumple con las expectativas de los usuarios.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Pérez, C. (2014), en su tesis titulada “La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre SAC, Chiclayo periodo enero a setiembre 2011 y 2012” Chiclayo; En la actualidad las empresas para que logren obtener una identificación propia deben enfocarse en la calidad del servicio al cliente, con el cambio constante de la prestación de servicios y la innovación se tiene que lograr que los clientes se encuentren satisfechos, más aún si es un restaurante donde la calidad es un factor primordial en la empresa.

Si en las organizaciones, todos estuvieran conscientes que la calidad es un progreso que de alguna manera asegura la permanencia en el mercado e incrementa

las utilidades, puede lograrse que todos conviertan a esta en un estilo de vida, que conlleva en familiarizarse y conocer a los clientes en sus gustos, comodidades, preferencias y lo más importante poder obtener una opinión de ellos para lograr mejoras continuas en la empresa.

La empresa Restaurante Campestre SAC durante los periodos abarcados en la investigación decidió mejorar la calidad del servicio al cliente implementando una adecuada adquisición de los insumos, reestructurando su infraestructura y brindando un correcto servicio; con ello se demostró que la influencia de la calidad trajo consigo un incremento monetario en los resultados económicos y financieros de la empresa; de la investigación se obtuvieron los siguientes resultados: brindar a sus clientes un servicio moderado pudiendo mejorar la atención hacia los mismos, de la revisión se observa que la inversión fue dirigida a los ambientes del restaurante con la finalidad de mejorar el servicio; respecto a la evaluación financiera, los indicadores demuestran una estabilidad económica, la cual ha ido mejorando.

Por último, se determinó que el restaurante viene brindando un buen servicio al cliente lo cual hizo posible que incrementara monetariamente sus ingresos logrando así seguir perfeccionándose.

Rubio, R. (2016), en su tesis titulada “La gestión de calidad, relacionado con el servicio de atención al cliente en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. Chimbote, 2016” Chimbote; el motivo de esta investigación se generó por saber cómo es la calidad de atención en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. para mejorar el servicio y ser una empresa competitiva. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar la relación que existe

entre Gestión de Calidad y los Factores Demográficos en la Consulta Externa de la Clínica Robles S.A.C., Chimbote, 2016. Para el desarrollo del trabajo se utilizó una investigación de nivel relacional, con un enfoque cuantitativo.

Para la recolección se trabajó con unas muestras de 185 pacientes atendidos en la Consulta Externa de la Clínica Robles S.A.C., durante los meses de julio, agosto y setiembre del presente año, a quienes se les aplicó dos cuestionarios uno referente a los factores demográficos más las expectativas que tiene el paciente, y el segundo referente a la percepción de la atención recibida, la técnica utilizada fue la encuesta; de lo cual se obtuvo los siguientes resultados: la mayoría de los pacientes son de sexo masculino (63.8%); el 43.2% registran una edad de 37 a 50 años; más de la mitad (53.5%) indica tener estudio superior universitario; la mayoría de ellos (67%) son trabajadores; el 62.2% son casados y más de la tercera parte (33.4%) indican tener un ingreso mensual mayor a 4000 soles; el 53.5% de los pacientes atendidos indican estar insatisfechos con el servicio recibido.

Las dimensiones de la Calidad de atención que muestran o presentan mayor satisfacción son: Aspectos tangibles (66.5%) y capacidad de respuesta (60%), y las dimensiones que presentan mayor insatisfacción son: Fiabilidad (56.8%) y Seguridad (56.8%). Entre la variable Calidad de atención y los factores sexo, edad, grado de instrucción, ocupación, estado civil e ingreso mensual familiar del paciente existe una relación altamente significativa.

Chaupin, A. (2016), realizó su tesis titulada “caracterización de la gestión de calidad y formalización de las mypes del sector comercio rubro compra / venta de equipos y suministros de informática en la provincia de Leoncio Prado, período 2015-2016.” La investigación fue descriptiva, para el recojo de la información se

escogió una muestra poblacional de 12 MYPE a quienes se les aplicó un cuestionario de 17 Preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados y conclusiones.

Con respecto a los empresarios el 42% de los dueños de las MYPE estudiadas tienen las edades entre 45 a 65 años, el 83% son de género Masculino, 34 % tienen secundaria completa, respecto a la gestión de calidad el 100% de las Mypes estudiadas si comercializa productos fabricado mediante proceso estandarizado de producción, el 84% utiliza un plan estratégico, el 58% no conoce las normas ISO, el 75% capacitó al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente , el 91% si actualiza modelos del producto, según los gustos y preferencias del cliente, el 83.33 % si evalúa el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización de su producto, el 75 % si Usa las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto, con respecto a la formalización : El 100% de las MYPE son empresas formales, el 58 % cree que con la formalización de su empresa obtendrá acceso al crédito financiero, el 67 % si recibió asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial, el 67 % opina que la formalización si aumenta los costos laborales, el 100% opina que si el estado concedería beneficio en la formalización de las Mype si se formalizarían, el 58% manifiesta que la formalización si contribuye a la expansión en la comercialización del producto de su empresa. En cuanto a las conclusiones, solamente los tres cuartos de la muestra poblacional capacitó al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente en el año 2016, los tres cuartos de la muestra poblacional opina que usa las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto, Cerca de los dos tercios si recibió asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización

empresarial, cerca de los dos tercios también opina que la formalización si aumenta los costos laborales y todos opinan que si el estado concedería beneficio en la formalización de las Mype si se formalizarían y un poco más de los cuatro séptimos no conocen las normas ISO situación que no permite ejecutar las estrategias de gestión de calidad , su crecimiento y desarrollo.

Salazar, D. (2016), realizo su tesis titulada “Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro de hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016” Huaraz; El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general describir las principales características de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles de tres estrellas del Distrito de Huaraz; 2016. Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva cuantitativa y diseño transaccional.

Para el recojo de información se identificó una población de 18 empleados, de los cuales se consideró una muestra de 95 empleados, de los cuales se hizo un cuestionario de 15 preguntas por medio de la encuesta, por lo cual se obtuvo los siguientes resultados: El 31,82% manifestaron que los conocimientos de los empleados son limitados para contestar las preguntas de los clientes, 27,3% expresaron que regularmente el personal es capaz de escuchar y responder acertadamente a las opiniones de los clientes y el 38% indicaron que muy pocas veces el personal del hotel culmina el servicio en el tiempo prometido.

Finalmente se concluye que en los hoteles del distrito de Huaraz existe deficiencia sobre la capacitación en atención al cliente por consiguiente existe un

grupo de clientes insatisfechos con la atención brindada, mientras la otra parte optan por retirarse del establecimiento sin adquirir servicio.

2.1.3 Antecedentes Regionales

García C. (2016), realizó su tesis titulada “formalización de las mypes en el rubro botica en la provincia de coronel portillo, período 2015- 2016”. El presente proyecto de investigación tiene como objetivo conocer las características de las MYPES en el rubro Boticas en la provincia de Coronel Portillo 2015- 2016. Tendrá como metodología el diseño no experimental descriptivo. Se emplearán encuestas a los representantes legal de las empresas para identificar los procesos que afectan la gestión de calidad y la formalización de la empresa, para así controlar y monitorear las actividades que requieren hacer énfasis para la mejora. La investigación constará de cinco capítulos estructurados de la siguiente manera, en el capítulo I, se planteará el problema, objetivo de estudio y la justificación del problema. Luego en el capítulo II, se presentará los antecedentes de la investigación. En el capítulo III, conoceremos la metodología de investigación. Por consiguientes en el capítulo IV, se realizará el análisis e interpretación de los resultados. Para finalizar en el capítulo V, contendrá las conclusiones.

2.2 Bases teóricas de la Investigación

Gestión

El término Gestión está muy en boga en el siglo XXI, de hecho, ha venido sustituyendo o englobando lo que conocemos por Administración y administración es un “proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de recursos

organizacionales para alcanzar determinados objetivos de manera eficiente y eficaz”. (Chiavenato , 2004).

Gestión de la Calidad

Son las actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización o proceso. Son procesos de la gestión: planificar, organizar, dirigir y controlar. (Stoner, 1996).

En gerencia es un término mucho más moderno. Viene del latín *genere* que significa dirigir y ha sido objeto de múltiples acepciones. Muchos autores coinciden en que es un proceso que implica la coordinación de todos los recursos disponibles en una organización (humanos, físicos, tecnológicos, financieros), para que, a través de los procesos de planificación, organización, dirección y control, se logren objetivos previamente establecidos. (Corominas, 1995).

Sistemas de Gestión de la Calidad

Un sistema de gestión de calidad es un sistema de trabajar mediante la cual una organización asegura la forma de satisfacción de las necesidades de sus clientes.

Para lo cual planifica, mantiene y mejora continuamente el desempeño de sus procesos, bajo un esquema de eficiencia y eficacia que le permita lograr ventajas competitivas. (Deming, E. 1989)

Beneficios:

- Atención oportuna y amable a sus usuarios.

- Transparencia en el desarrollo de procesos.
- Mejora continua de la calidad de los productos y servicios que ofrece.
- Integración del trabajo en armonía y enfocado en procesos.
- Adquisición de insumos de acorde a sus necesidades.
- Delimitación de funciones del personal.
- Una ventaja competitiva, y un aumento de oportunidades de las ventas.
- Aumento de la productividad y eficiencia. (Deming, E. 1989).

Calidad

La calidad significa llegar a un estándar más alto en lugar de estar satisfecho con alguno que se encuentre por debajo de lo que se espera cumpla con las expectativas. También podría definirse como cualidad innata, característica absoluta y universalmente reconocida, aunque, en pocas palabras calidad es hacer las cosas bien a la primera, es decir, que el producto salga bien al menor costo posible. Es el resultado de una actitud enérgica y comprometida de esfuerzos sinceros de una ejecución talentosa (Naranjo, 2012).

Evolución de la Calidad

Etapas artesanal. -Aquí es donde la calidad suponía hacer las cosas bien a cualquier costo, los objetivos que persiguió el artesano eran su satisfacción personal y la satisfacción de su compra importaba el tiempo que le llevara.

Etapas de la industrialización. - Aquí la calidad fue sustituida por el de producción, hacer muchas cosas y muy de prisa sin importar la calidad, el objetivo

era satisfacer la demanda de bienes y aumentar los beneficios la cantidad y el tiempo.

Etapa de control Final.- En esta etapa lo importante ya era la cantidad de producto fabricado, sino que el cliente lo recibiera según sus especificaciones, la producción aumentado considerablemente con el establecimiento del trabajo en cadena, pero esto había producido un efecto secundario no deseado causado por el aburrimiento y la apatía de los trabajadores que originaba fallos en el producto y clientes descontentos, el cliente ya no se conforma con cualquier cosa y empieza a exigir que el producto que recibe cumpla con lo que ha especificado, lo origina el nacimiento del control de entendido como Control final, la calidad se convierte en una especie de servicio policial cuya principal tarea es garantizar que el producto es óptimo y que cumple con los requisitos establecidos en el pedido el % de producto defectuoso enviado al cliente dependía de lo fuerte que fuera la inspección final.

Etapa de control en proceso. - Los defectuosos que se encontraban durante la inspección final, no solo se producían durante el proceso de fabricación, sino que también eran provocados por el mal estado o la no conformidad de la materia prima utilizada esto llevo a establecer nuevos puntos de inspección. Para lo único que servían era para constatar el número defectuosos que se fabrican y para evitar que llegaran al cliente, se identificaban los defectos y el lugar donde se producían, pero no evitaban que se produjera, el producto seguía llevando un añadido causado por los defectos de fabricación, además del costo que suponía la propia inspección, el cliente está descontento y ya no quiere que le solo los productos buenos, lo que quiere es que los productos que se fabriquen se han buenos y que se

le entreguen en el plazo pactado. De esta forma surge el control en proceso que permite tomar acciones preventivas, ya no se trata solo de identificar y rechazar o reparar los productos defectuosos antes de su salida al mercado o se su envió al cliente, se trata de efectuar un control en cada fase del proceso que permita identificar los fallos y tomar acciones correctoras que eviten la aparición de los defectuosos.

Etapa de control. - En diseño se tenía controlado proceso y se adoptaban acciones correctoras y preventivas, pero se seguían detectando problemas de calidad que aparecían durante la vida útil del producto y que no eran imputables ni a la materia prima, ni a las maquinas, ni a la mano de obra ni al proceso, el problema estaba en el propio diseño.

Esto hizo necesario abordar desde el principio la posibilidad de realizar un producto que se ajustara a los medios disponibles y que ofreciera garantía de no fallo, la calidad empieza a programarse desde el propio proyecto para que el producto además de estas adaptado a un proceso productivo, tenga una vida útil y garantice la fiabilidad del producto, lo que además simplifica considerablemente las tareas de control a calidad ya no se centra exclusivamente en el producto, empieza a formar de todos los integrantes de la organización y/o empresa que intervienen, directa o indirectamente, en como salga el producto final por lo tanto hay que organizarse, programarse, fijar objetivos y delimitar responsabilidades esta es la mejor forma para asegurar que resultado de la actividad sea lo que se pretende tener.

Etapa mejora continua. - Muchos expertos concuerdan en que la satisfacción de los clientes es una medida a corto plazo. Sin embargo, la relación existente entre

estos dos conceptos no está clara, pues hay quienes piensan que la satisfacción de los clientes produce calidad percibida en los servicios; otros consideran la calidad de los servicios como el vehículo para la satisfacción de los clientes. La satisfacción contribuye a los consumidores a formular sus percepciones acerca de la calidad de los servicios. la satisfacción compara las percepciones de los consumidores con lo que normalmente esperan del servicio (expectativas futuras), mientras que la calidad percibida de los servicios compara las percepciones de los consumidores con lo que deberían esperar de una organización que ofrece servicios de elevada calidad (Colmenares & Saavedra, 2007).

El Control de la Calidad

El control de calidad como proceso debe tener en consideración las etapas de planificación, control y mejora. La calidad, en este sentido, no solo se refiere a la durabilidad de un producto o la satisfacción en un servicio, sino que implica cumplir con estándares de rentabilidad financiera, crecimiento comercial y seguridad técnica definidas por la dirección de la empresa.

El control de calidad es el proceso donde se asegura la estandarización de la disponibilidad, fiabilidad, mantenibilidad y manufacturabilidad de un producto o servicio. El control de calidad son herramientas y mecanismos que implican inspección, control, garantía, gestión y entrega de los productos y servicios. La gestión de calidad planifica este proceso teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

Financiero: el uso efectivo de los recursos.

Comercial: el mantenimiento de la competitividad en relación a su calidad y precio.

Técnico: eficiencia y seguridad en los procesos.

En una empresa, el control de calidad debe estar presente en todas las etapas del ciclo de un producto o servicio. La calidad que se controla se caracteriza por los siguientes puntos:

Es definida en términos del cliente.

Se realiza según las especificaciones de la dirección de la empresa.

Debe ser capaz de ser continua.

La mejora se mide en relación a la percepción del usuario. (Ishikahua 1998).

Servicio

Servicio es en primer lugar un proceso, es una actividad directa o indirecta que no produce un producto físico, es decir, en una parte inmaterial de la transacción entre el consumidor y el proveedor. Puede entenderse al servicio como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal. (Berry, L. Bennet, C. y Brown, C,1989).

Es una actividad económica que implica desempeños basados en tiempo que buscan obtener o dar valor a cambio de dinero, tiempo y esfuerzo sin implicar la transferencia de propiedad. En este sentido, también involucra tres elementos alrededor del Servicio: Acciones, Procesos y Ejecuciones. (Lovelock, 2009).

Bienes que no se materializan en objetos tangibles. El servicio es la realización de trabajo de los hombres con el fin de satisfacer necesidades ajenas, capaz de lograr la satisfacción directa o indirectamente sin materializar los bienes. (Méndez & Arena, 1998).

En resumen, el servicio es el conjunto de actividades que se relacionan entre sí y de actitudes que se diseñan para satisfacer las necesidades de los usuarios, el servicio viene del verbo servir que se encuentra el encontrarse a disposición del otro, también el servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente.

Cliente

La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la «persona que depende de». Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer. (Barquero, 2007).

Un cliente es una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de servicios. Es decir es un agente económico con una serie de necesidades y deseos, que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de los mecanismos de mercado. Se hace referencia a la persona como consumidor. El consumidor es la persona a la que el Marketing dirige sus acciones para orientar e incitar a la compra (Rojas, 2008).

Cliente Interno

Son aquellas personas dentro de la organización que, por su ubicación en el puesto de trabajo, sea operativas, administrativas o ejecutivo, recibe de otros algún producto o servicio, que debe utilizar para alguna de sus labores. (Barquero, 2007).

Cliente Externo

Un cliente externo no es sólo aquel que utiliza o disfruta de nuestros servicios, sino también son todos aquellos clientes con los cuales las empresas en el desarrollo de su gestión empresarial tienen oportunidad de tratar o contactar o establecer negocios. (Barquero, 2007).

El servicio al cliente

Es el servicio que proporciona una empresa al relacionarse con sus clientes. Su objetivo primordial es ofrecerle no sólo lo mejor, sino satisfacerlo en sus requerimientos de un bien o un servicio.

El servicio al cliente busca ofrecer lo mejor de un producto o servicio en términos de calidad; incluyendo, un tiempo de entrega oportuno y la asesoría en su uso correcto.

Para lograr una excelente prestación y ofrecer un buen servicio al cliente, es importante tener claridad en los servicios prestados de acuerdo a las particulares necesidades de cada cliente, conocer los competidores más cercanos buscando mejorar sus propuestas, realizar encuestas constantes a los compradores para detección de necesidades y su satisfacción. (Lira Mejía, M. C. 2009).

Usuario

Es la persona que usa frecuentemente un determinado servicio o un producto. Viene del latín “usuarius”, que quiere decir una persona que utiliza un objeto o ya sea una determinada atención pública o privada.

Para el servicio de salud, el usuario es aquella persona que tiene derecho a recibir los servicios de salud ya sean estos privados o públicos, debido algún problema que tenga en su salud. (Prieto, 2010).

Normas ISO 9000

Las normas ISO-9000 son un conjunto de normas y directrices internacionales para la gestión de la calidad que, desde su publicación inicial en 1987, han obtenido una reputación global como base para el establecimiento de sistemas de gestión de la calidad.

Para poder reflejar los modernos enfoques de gestión y para mejorar las prácticas organizativas habituales se ha considerado muy útil y necesario introducir cambios estructurales en las normas, manteniendo los requisitos esenciales de las normas vigentes.

La familia de Normas ISO 9000 del año 2000 está constituida por tres normas básicas complementadas con un número reducido de otros documentos (guías, informes técnicos y especificaciones técnicas). Las tres normas básicas son:

- ISO 9000: Sistema de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabularios.
- ISO 9001: Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos.
- ISO 9004: Sistema de gestión de la calidad. Directrices para la mejora del desempeño. (Fernández, A. 2002).

Norma ISO 9001

La ISO 9001 es una norma internacional que se aplica a los sistemas de gestión de calidad y que se centra en todos los elementos de administración de

calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita mejorar y administrar la calidad de sus productos y servicios.

Las normas ISO 9001:2000 e ISO 9004:2000 se basan en los ocho principios de gestión de la calidad que reflejan las mejores prácticas de gestión y han sido preparados como directrices por los expertos internacionales en calidad. Estos principios son:

- Organización enfocada al cliente
- Liderazgo
- Mejora continua
- Participación del personal
- Enfoque basados en procesos
- Enfoque de sistema para a gestión
- Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones
- Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor

(NTP ISO 9001, 2015).

La Micro y pequeña empresa (Mypes)

Se conoce como mypes a las siglas que significa (pequeñas y medianas empresas), que existen en el mercado de un país. Las mypes son siglas que se usan para clasificar a una empresa en relación al número de trabajadores según su sector de actividad, y en algunos países por sus ingresos netos.

Las mypes es una micro, pequeña o mediana empresa, operada por una persona natural o jurídica, y bajo cualquier forma de organización. Así mismo, las

mypes tienen libertad de desarrollar cualquier tipo de actividad, bien sea de extracción, transformación, producción, comercialización o prestación de bienes o servicios. Por otro lado, las mypes se identifican por estar formados por personas que no poseen poco talento técnico o de conocimientos en finanzas, marketing y otras áreas que las grandes empresas poseen. (Lira Mejía, M. C. 2009).

Clasificación de las Mypes

Cuando hablamos de mypes, tenemos que tener en cuenta como se clasifican. Según la definición que se encuentra vigente desde el año 2005 podemos diferenciar cada tipo según la cantidad de trabajadores. Aquí te presentamos una clasificación de empresas por tamaño (por volumen y por trabajadores):

- Las medianas empresas serán las que dispongan de menos de 250 trabajadores.
- Las pequeñas empresas estarían conformadas por menos de 50 trabajadores.
- Por último, las microempresas serían aquellas que con menos de 10 trabajadores.

Evolución de las Empresas

Si vemos la evolución total de empresas en los últimos años podemos observar cómo han desaparecido numerosas empresas debido a la crisis que estamos sufriendo, que por un lado ha provocado que muchas empresas echaran el cierre, y por otro que la situación de falta de liquidez que vivimos por parte de las entidades financieras hace que no se puedan llevar a cabo la creación de nuevas empresas, incluso se está produciendo la salida de emprendedores que buscan financiación fuera de nuestro país.

También podemos apreciar cuando se firmó el tratado de libre comercio, en nuestro país las mypes contribuyen y se benefician del comercio internacional de diferentes maneras:

- Forman parte de la cadena de valor de grandes exportadores locales.
- Exportan productos y servicios para nichos especializados del mercado.
- Importan y distribuyen productos de mypes extranjeras.
- Proveen servicios de soporte en la cadena de transacciones del comercio internacional (logística, despachos, etc.). (Lira Mejía, M. C. 2009).

Importancia de las Mypes

La calidad es un factor aplicable tanto a las empresas de servicio como a los fabricantes. Es aplicable a la experiencia en general que tiene un cliente con una empresa, no sólo a la fabricación de un producto. (Maldonado, 2005).

Las pequeñas y medianas empresas es una unidad económica de producción y decisión que, mediante la organización y coordinación de una serie de factores capital y trabajo, busca obtener un beneficio produciendo y comercializando productos prestando servicios en el mercado, se clasifican en un criterio bastante profesional para poder diferenciar las mypes en el número de trabajadores, criterio que varía según la estructura industrial y empresarial de cada país.

Teniendo como ventaja de las pequeñas empresas capacidad de generación de empleos, asimilación y adaptación de tecnología, producción local y de consumo, como desventaja de las pequeñas empresa afecta con mayor facilidad

los problemas que se suscitan en el entorno económico como la inflación y la devaluación, viven al día y no pueden soportar períodos largos de crisis en los cuales disminuyen las ventas, son más vulnerables a la fiscalización y control gubernamental, siempre se encuentran temerosas de las visitas de los inspectores, asimilan y adaptan nuevas tecnologías con relativa facilidad (Lemes, 2007).

Las mypes representan un rol significativo en la mayoría de los países del mundo, y en América Latina han desempeñado un papel de vanguardia en sus respectivas economías, la clasificación de las mypes obedece a varios criterios, sin embargo, dentro de ellos juega un papel preponderante el número de empleados, poseen ventajas y desventajas, pero en la combinación de ambas se encuentra el éxito de su supervivencia sin importar en qué lugar se ubiquen.

En las Micro y Pequeña, tienen un tratamiento especial Ley 28015 que les brinda facilidades burocráticas y administrativas. La que se constituye como persona jurídica no está obligada a presentar una minuta para su inscripción en los Registros Públicos, lo que significa una disminución del costo de los trámites de constitución, desarrollan actividades empresariales que generan rentas de tercera categoría.

Esto quiere decir que la mayoría de peruanos y peruanas no tienen protección en el trabajo y lo que es peor, no tienen acceso a la seguridad social, están marginados de los servicios públicos indispensables para la prevención y protección de su salud, maternidad y de accidentes en el trabajo, para promover el desarrollo de las mypes y facilitar su formalización, el Estado ha adoptado diversas medidas que benefician y facilitan la formalización de este sector. (Ramos, 2007).

Por lo tanto, las mypes generan empleo y reducen progresivamente la pobreza en la población debido a un trabajo progresivo y eficiente.

Tipos de sociedades

La Ley General de Sociedades establece los diferentes tipos de sociedades que se pueden constituir en el Perú. Las formas más utilizadas son:

- La sociedad anónima.
- La sociedad anónima cerrada.
- La sociedad comercial de responsabilidad limitada.

Para el pago de impuestos (ámbito tributario), todas las sociedades antes mencionadas son consideradas como personas jurídicas. La diferencia radica básicamente en sus volúmenes de ventas y en el número de sus trabajadores, aunque existen otras características inherentes a cada régimen. Dependerá de cada sociedad reunir los requisitos necesarios para optar por uno u otro régimen.

Las diferencias entre las sociedades se refieren al número de accionistas (para el caso de sociedades anónimas o sociedades anónimas cerradas) o participacioncitas (para el caso de sociedades comerciales de responsabilidad limitada) que aportan capital, a su denominación, a los órganos que le integran y al tipo de capital social aportado. (Gonzales, 2007).

Formalización

Formalización es la técnica organizacional de prescribir como, cuando, con qué elementos, quien y en cuanto tiempo debe realizar las tareas. Se trata de un

determinante clave de la estructura para el individuo, debido a que su comportamiento se verá pautado y directamente afectado por la intensidad o grado de dicha formalización. (Sosa,2013).

El Mercado Farmacéutico

El sector farmacéutico tiene un comportamiento especial y se escapa del análisis convencional de los modelos estándar de mercado esto es, competencia perfecta en donde, por el lado de la oferta, no hay información completa, competencia y decisión autónoma del consumidor bajo la restricción única de su presupuesto. En tanto que, por el lado de la demanda, los gustos, las preferencias y el precio de mercado no juegan un papel fundamental para determinar el consumo como sí son los médicos, considerados como agentes creadores de demanda (Vega Centeno y Remenyí, 1980).

Ante esto, la teoría de la Organización Industrial busca evaluar las estructuras y las conductas que muestren el grado de competencia en los mercados reales (Carlton y Perloff, 2000). Mediante este enfoque se logra analizar la participación en los mercados, la integración vertical con otros mercados, el nivel de concentración industrial (definido por los índices de concentración), el problema de la asimetría de la información (tanto de selección adversa –información escondida– como de riesgo moral –acción escondida–) y los obstáculos que evitan la inserción de nuevas empresas en el sector, más conocidos como barreras a la entrada. De esta manera, en adelante se analizará cada característica mencionada.

Regulación de Medicamentos en la Legislación Peruana

La regulación peruana para el sector de medicamentos puede subdividirse básicamente en cuatro partes: El registro y control de La regulación peruana para el sector de medicamentos puede subdividirse básicamente en 4 partes:

1. El registro y control de medicamentos;
2. La compra de medicamentos para las instancias públicas;
3. La reducción de impuesto y aranceles a los medicamentos; y,
4. La comercialización de medicamentos.

Sin embargo, una modificación inicial e importante no incluida en estas cuatro clasificaciones, y que atañe a diversos sectores económicos, es el Decreto Ley 757, implementada en el año 1991, mediante el cual se eliminaron los controles de precios y se buscó promover la inversión privada. Un aspecto relevante de dicha norma para el sector de medicamentos es que “La libre competencia implica que los precios de la economía resultan de la oferta y la demanda”, siendo sólo los precios de los servicios públicos los que pueden fijarse por el Estado (Artículo 4, D.L. N° 757).

Para el control de los medicamentos, la autoridad encargada es la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas – DIGEMID quienes realizan la supervisión a través de:

- Las inspecciones a las instalaciones de los laboratorios y empresas de producción nacional para comprobar el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura y de laboratorio.
- Las inspecciones en las importadoras, droguerías, farmacias y boticas para corroborar el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Almacenamiento y Dispensación.
- Las pesquisas de productos registrados en laboratorios de producción, importadoras, droguerías y establecimientos dispensadores a fin de verificar su calidad a través de análisis de laboratorio (Artículo 120, D.S. N° 010-97-SA).

Aunque los conceptos básicos de asistencia farmacéutica y buena práctica de farmacia son, en gran medida, los mismos, se puede decir que la buena práctica de farmacia es el camino hacia la implementación de la asistencia farmacéutica.

Atención Farmacéutica

Es la participación activa del farmacéutico para la asistencia al paciente en la dispensación y seguimiento de un tratamiento terapéutico, cooperando así con el médico y otros profesionales sanitarios, a fin de conseguir resultados que mejoren la calidad de vida del paciente. También conlleva la participación del farmacéutico en actividades que proporcionen buena salud y prevengan las enfermedades. (Donabedian, A. 1993).

-Atención Farmacéutica Clínica: Es la práctica farmacéutica dirigida a usuarios o grupos de usuarios, que incluye actividades de prevención de la enfermedad, educación sanitaria, farmacovigilancia, seguimiento farmacoterapéutico

individualizado y todas aquellas otras que se relacionan con el uso racional de los medicamentos. (Oviedo, S. Y Antonello A. 2000).

- **Seguimiento Farmacoterapéutico:** Personalizado es la práctica profesional en la que el farmacéutico se responsabiliza de las necesidades del paciente relacionadas con los medicamentos mediante la detección, prevención y resolución de problemas relacionados con la medicación (PRM), de forma continuada, sistematizada y documentada, en colaboración con el propio paciente y los demás profesionales del sistema de salud, con el fin de alcanzar resultados concretos que mejoren la calidad de vida del paciente.(Oviedo, S. Y Antonello A. 2000).

Atención al Cliente

Es una serie de actuaciones mediante el cual una empresa gestiona su relación con sus clientes actuales o potenciales, antes o después de la compra del producto, cuyo fin último es lograr en un nivel de satisfacción lo más alto posible.

En la atención al cliente uno de los aspectos más importantes es la comunicación, pues es la base de todas nuestras relaciones, ésta consiste en la transmisión de información desde un emisor, hasta un receptor, por medio de un canal, utilizando un código compartido conocido. En la comunicación con el cliente debemos prestar atención tanto a la comunicación verbal como a la no verbal. (Sevilla, 2000).

Una Correcta atención al Cliente en las Boticas

El saludo es lo más importante: Es el primer mensaje que un cliente recibe cuando entra en tu establecimiento. Puede ser desde un simple “¡Hola!”, un

“¿Cómo le va?”, “Buenas tardes o buenos días”, según sea el caso o un saludo más elaborado y personalizado: “Bienvenido, mi nombre es y estoy para ayudarle”. Todo depende de la formalidad y personalidad del negocio. Lo que sí es seguro es que este saludo no debe faltar nunca.

Siempre trato cordial: Por ningún motivo el trato deberá ser distante o indiferente. No importa que el cliente esté de mal humor, sea descortés o altivo. Ofrecerle un trato cortés hará que caiga en cuenta de lo mal que ha actuado. Es por ello que siempre se recomienda que quienes estén encargados del trato con clientes sean personas amables y con facilidad de trato y comunicación verídica,

Servicio rápido: no hacer esperar al cliente: a nadie nos gusta esperar. La atención debe ser eficiente; sin que se deba hacer todo de manera inmediata, pero se debe valorar en todo momento al cliente. Como norma, el empleado debería de dejar de hacer lo que esté realizando por atender a un nuevo cliente. Y en caso de que se encuentre ocupado con otra persona, es fundamental hacerle saber al cliente que lo atenderá tan pronto como le sea posible. Y repetirle el mensaje al cliente cuantas veces sea necesario.

No presionar al cliente. Cuando un cliente entra a tu negocio, debes de tener el talento para identificar si el cliente simplemente está mirando o está buscando algo. Lo prudente es esperar un breve instante y después hacerle saber que estamos ahí para ayudarlo ante cualquier duda le interesan. Cuando asesores a un cliente debes de demostrar que sabes y dominas del tema y, si no es así, de igual manera ser sincero y decirle que lo investigarás para brindarle un mejor servicio. En cuestión de la farmacia, como farmacéuticos o dependientes de farmacia, nuestra responsabilidad es mayor. Aunque en todo momento se debe referir al médico o

profesional de la salud, se deben conocer los manuales e instructivos de uso de medicamentos, la manera en que deben de tomarse, sus usos y la forma adecuada de administrarlos.

La apariencia importa, y mucho. En el negocio de las farmacias la apariencia es fundamental, además de que debe estar bien señalizada, iluminada, limpia y ordenada; las personas encargadas de atender a los clientes deben de tener una presencia pulcra. La calidad de atención al cliente puede verse seriamente afectada si la persona que atiende al público no da una buena imagen. Todo lo que el cliente vea debe de tener un aspecto formal y profesional. Dotar de batas o uniformes a tus empleados ayudará a mantener esta calidad.

Toda promesa es un contrato. Siempre que prometas algo a un cliente, debes cumplir tu palabra. Todo compromiso que se asuma con un cliente deberá cumplirse y si sabes que no podrá ser cumplido, es mejor la sinceridad. Si prometiste la llegada de un producto, acordaste un precio o afirmaste buscar algún producto; debes cumplir tus promesas. No se debe subestimar al cliente. Por cada promesa incumplida a un cliente, perderás toda la confianza que hayas logrado y que seguramente te llevo tiempo conseguir.

Ser flexible para complacer al cliente. Excusarte en las estrictas políticas de la organización o en el reglamento interno para no complacer al cliente o poder resolver su problema no ayuda a que tu marca salga fortalecida. Debes estar dispuesto a ser flexible y hacer ciertas concesiones que creas que puedan ser convenientes para generar un buen trato para tu cliente.

Evitar discusiones con un cliente. La discusión no es una opción; siempre debes de actuar de forma profesional. Ante un reclamo o una opinión de un cliente no

debes de actuar de forma negativa. No es acertado discutir o debatir, sino mantener una postura amable y abierta al diálogo. Aunque no compartas su opinión, debes de respetarla.

Siempre se puede mejorar. Las quejas y sugerencias siempre son una oportunidad de mejora. Cuando un cliente te da algún tipo de reclamo te está dando una oportunidad: la de reaccionar frente a un error. No la desperdicies. Atiende su reclamación en el instante y con mucha atención, recuerda que ninguna empresa está libre de cometer errores. Es importante que tu actitud sea la de aceptar la equivocación e intentar resolver el problema de la mejor manera o evitar el conflicto.

Satisfacción del Cliente

Es el resultado de una atención de calidad, donde se realicen sus perspectivas, por lo tanto, debemos tener en cuenta que para saber cuál es la satisfacción del cliente debemos conocer cuáles son sus expectativas, ya que estas puedan ser altas por su condición social o bajas debido al acceso limitado que tiene a este servicio y por ello puede sentirse satisfecho con un servicio eficiente.

En la actualidad la satisfacción del cliente se estima, que son los deseos del cliente sus necesidades y expectativas. Esta teoría dice que las características principales de los consumidores es su capital disponible para comprar productos y servicios no es limitado, por lo que, cuando los consumidores compran productos o servicios consideran sus precios y compran una cantidad de estos que dados los recursos de los consumidores satisfacen sus deseos y necesidades de la mejor forma posible.

A la hora de elegir uno u otro producto o servicio los precios el atractivo y la calidad de estos entre otros. Dichos conceptos son los que a prioridad deberían considerarse para el modelo de la satisfacción del cliente. (Chris Denove y James D. Power 2006).

2.3 Marco Conceptual

Farmacia

Es la ciencia y práctica de la preparación, conservación, presentación y dispensación de medicamentos; también el lugar donde se preparan los productos medicinales y el lugar donde se dispensan, se conoce como farmacia al establecimiento en el cual se venden diferentes tipos de productos relacionados con la salud, especialmente medicamentos. Una farmacia es uno de los tipos de negocios más necesarios con los que debe contar un barrio ya que es ella el único espacio donde se pueden conseguir algunos tipos de medicamentos de gran importancia para la cura de determinadas complicaciones médicas (Calderón, 2014).

Botica

Un vocablo del griego bizantino que puede traducirse como bodega, llegó al castellano como botica. Es el lugar donde se despachan remedios. Incluso en ocasiones se utilizará el termino para nombrar al medicamento en sí mismo. La botica es el lugar o establecimiento donde un farmacéutico ejerce la función comunitaria o proporciona servicio sanitario a un paciente ofreciéndole asesoría oportuna y dispensándole medicamentos. (Pérez, J. 2016).

Dispensación

La dispensación es el acto en que el farmacéutico entrega la medicación prescrita por el médico al paciente, junto a la información necesaria para su uso racional. Es un acto de responsabilidad profesional aislado en el tiempo, cuya sucesión en cada paciente puede generar un seguimiento farmacoterapéutico, descrito dentro de la atención farmacéutica.

El farmacéutico es el encargado de proporcionar la medicación prescrita por el médico, cuando fuera necesaria receta médica; o aquella otra solicitada por el consumidor o usuario, cuando no se requiera receta médica, y si así lo considera oportuno y adecuado para el paciente. (OPS-OMS 1993).

Buenas Prácticas de Dispensación

La dispensación del medicamento es el acto terapéutico por excelencia del químico farmacéutico, en un establecimiento legalmente autorizado. Es el acto profesional de la entrega del medicamento al usuario indicado en el momento oportuno, acompañado de la información para el correcto uso del mismo y el cumplimiento de los objetivos terapéuticos buscados. Esta definición es aplicable tanto a: medicamentos de venta bajo receta, control médico recomendado, dispositivos terapéuticos y otros productos para el cuidado de la salud. La dispensación puede ser delegada por el personal idóneo que trabaja en la farmacia, el cual debe recibir capacitación permanente y actualizada bajo la supervisión del químico farmacéutico (ops-oms1993).

Buenas Prácticas de Almacenamiento

Las buenas prácticas de almacenamiento (BPA), constituyen un conjunto de normas mínimas obligatorias de almacenamiento que deben cumplir los almacenes de importación, distribución, dispensación y expendio de productos farmacéuticos y afines, respecto a las instalaciones, equipamientos y procedimientos operativos, destinados a garantizar el mantenimiento de las características y propiedades de los productos, su seguridad y custodia.

Las empresas importadoras, droguerías, distribuidoras, farmacias, boticas, botiquines, servicios de farmacia del sector público y no público, almacenes de los establecimientos hospitalarios, y los centros de distribución de las Direcciones Regionales y Sub regionales de Salud a nivel nacional, deberán contar con personal calificado para las tareas asignadas y designar al químico-farmacéutico u otro profesional, según corresponda, con la autoridad y responsabilidad definidas para diseñar, implementar y mantener un sistema que garantice el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Almacenamiento.(Castillo, A. 2010).

Medicamentos

Un medicamento, del latín “medicamentum”, es una especie del género fármaco (otra especie son las drogas) elaborado por medio de fórmulas farmacéuticas (especialidad farmacéutica) para ser usado en el tratamiento, alivio de síntomas o diagnóstico de enfermedades que afecten a animales o seres humanos.

Medicamento Genérico

Según la OMS, un medicamento genérico es aquel vendido bajo la denominación del principio activo que incorpora, siendo lo suficientemente bioequivalente a la marca original, es decir, igual en composición y forma farmacéutica y con muy parecida biodisponibilidad que la misma. Un medicamento genérico es un medicamento con la misma composición cualitativa y cuantitativa en principios activos y la misma forma farmacéutica que el medicamento de referencia.

Medicamento de Marca

Un medicamento de marca es aquél sintetizado por un laboratorio, que se ha encargado inicialmente de la investigación de ese medicamento, los estudios de eficacia, eficiencia, biodisponibilidad.

Los medicamentos de marca hacen referencia al nombre comercial o registro de marca, definido como el nombre registrado de un producto. Este nombre es propiedad privada del fabricante o titular de registro sanitario y se utiliza para distinguir un medicamento entre los competidores del mercado.

Antibióticos

El antibiótico es, por definición, aquel que se opone a la vida. Los antibióticos son sustancias utilizadas para impedir el desarrollo de bacterias en el cuerpo humano. Algunos antibióticos, como la penicilina, el primer antibiótico descubierto por Fleming en 1929, son históricamente naturales, pero ahora la mayoría son antibióticos sintéticos.

Antiinflamatorios

El término antiinflamatorio se aplica al medicamento o procedimiento médico usados para prevenir o disminuir la inflamación de los tejidos. En el caso de los medicamentos generalmente el mecanismo por el cual actúan es el de impedir o inhibir la biosíntesis de sus agentes mediadores.

Tabletas

Las tabletas son formas farmacéuticas sólidas de dosificación unitaria obtenidas por compresión de polvos secos, cristales o granulados, que contienen uno o más principios activos con o sin excipientes. Se diferencian de las píldoras por el tamaño la forma y de los comprimidos por la técnica de elaboración.

III. HIPÓTESIS:

3.1 Hipótesis General

La influencia de la calidad de atención (presentación, cantidad, capacitación, formalización, infraestructura y equipamiento), condicionan en la gestión de la calidad para mejorar la atención en los clientes/usuarios en las Boticas, de las mypes del Sector Comercio, rubro Boticas del distrito de Manantay.

3.2 Hipótesis específicas

- Las influencias de calidad condicionan la presentación de la gestión de calidad para mejorar la atención de los clientes/usuarios en las boticas.
- Las influencias de capacitación condicionan la presentación de la gestión de calidad para mejorar la atención de los clientes/usuarios en las boticas.
- Las influencias de formalización condicionan la presentación de la gestión de calidad para mejorar la atención de los clientes/usuarios en las boticas.
- Las influencias de infraestructura condicionan la presentación de la gestión de calidad para mejorar la atención de los clientes/usuarios en las boticas.
- Las influencias de equipamiento condicionan la presentación de la gestión de calidad para mejorar la atención de los clientes/usuarios en las boticas.

IV. METODOLOGÍA

En el presente trabajo de metodología, pues se detalla a continuación aspectos relacionados al estudio, nuestros datos obtenidos para el logro de los objetivos de nuestra tesis; así como describiremos nuestras técnicas y métodos que se obtuvo para una información necesaria, adecuada y precisa.

En el desarrollo del estudio de la metodología, podemos presentar soluciones al problema en estudio, de controlar los resultados, analizar y organizar todo el proceso de nuestra investigación.

Tipo y nivel de la investigación de la tesis

Tipo de investigación

El tipo de investigación que se utilizó fue cuantitativo (donde se aplicó la medición de las variables). En esta investigación se utilizó muchos materiales y herramientas necesarias para contemplar un trabajo eficiente y ordenado, para el desarrollo del proyecto.

Nivel de investigación

El nivel de investigación que se desarrolló fue descriptivo. Por lo tanto, en esta investigación descriptiva, se describió todos los datos encontrados y éste debe tener un valor muy significativo a todas personas en general.

El objetivo de la investigación descriptiva nos permitió conocer las expectativas de las personas, las costumbres, la idiosincrasia, las actitudes mediante las actividades realizadas. El objetivo principal de nuestra tesis de investigación es saber el por qué y para qué se realizó.

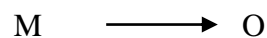
4.1. Diseño de investigación

Se utilizó en nuestra tesis la elaboración de una investigación cuantitativa de nivel descriptivo y se aplicó un diseño No experimental, Descriptivo–Transversal.

No experimental, se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto sin manipular las variables.

Descriptivo, porque sólo se describió las partes más relevantes de las variables en estudio.

Transversal, Porque se recolectaron los datos en un solo momento y en un tiempo único, su propósito fue describir las variables y analizar su incidencia en interrelación en un momento dado.



Dónde:

M = Muestra conformada por las MYPE encuestadas del Sector Comercio Rubro Boticas / Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al Cliente del Distrito de Manantay.

O = Observación de las variables: Gestión de Calidad y atención al Cliente.

4.2 Población y Muestra

Área geográfica del estudio

El distrito de Manantay es uno de los 7 distritos que conforman la provincia de Coronel Portillo, en el departamento de Ucayali, bajo la administración

del Gobierno regional de Ucayali. Limita por el norte con el distrito de Callería; Por el este con el distrito de Masisea ; Por el sur y el Oeste con el departamento de Huánuco.

Este distrito cuenta con aproximadamente 70,745 habitantes, fue creado mediante Ley N° 28753 del 6 de junio de 2006 presentan un clima tropical cálido, donde se desarrollan cultivos como el cacao, plátano, maíz amarillo duro, yuca, papaya, arroz, piña, cítricos, sandías, aguaje, etc. Su clima cálido y húmedo (tropical), su temperatura promedio es de 32°C. Las lluvias con mayor frecuencia son durante los meses de diciembre hasta abril. Es una zona de comercialización y exportación de madera.

La Población

La población de nuestro estudio estuvo conformada por un total de 45 mypes (propietarios), registrados según las cuales se determinó una muestra de 12 mypes del Sector Comercio Rubro Boticas /Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Atención al Cliente del Distrito de Manantay, obtenidas con la aplicación de la formula estadística siguiente:

DONDE:

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

N= 45

Z=1.96 (si la seguridad es 95%)

P=0.05 (proporción esperada5%)

q=0.95 (1-p = 1-0.05)

d=0.03 (precisión de 3%)

Hallando “ η ”:

$$\eta = \frac{45 + 1.96^2(0.05 * 0.95)}{0.03^2(45 - 1) + 1.96^2 + 0.05 * 0.95}$$

$$\eta = \frac{45 + 3.8416(0.0475)}{0.0009(44) + 3.8416 + 0.0475}$$

$$\eta = \frac{45 + 0.182476}{0.0396 + 3.8416 + 0.0475}$$

$$\eta = \frac{45.182476}{3.9287}$$

$$\eta = 11.500617 = 12$$

Fuente: Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas.

La Muestra

La muestra en nuestro trabajo en estudio conformó un total de 12 Mypes, razón por la cual representa el 27% de nuestra población de Distrito de Manantay.

Criterios de inclusión

Se Tomó en Consideración a Todas Mypes del Sector Comercio Rubro Boticas /Gestión de Calidad Bajo el Enfoque de Atención al Cliente Distrito de Manantay, cuyos establecimientos comerciales están ubicados en la zona urbana como son: A.A.H.H. 7 de junio, A.A.H.H. Próceres de la independencia, P.J. Luz y Paz, A.A.H.H. Manantay y A.A.H.H. San Fernando, A.A.H.H. Las Mercedes, A.A.H.H. Fraternidad, A.A.H.H. Nueva Magdalena, A.A.H.H. Bolognesi del distrito de Manantay y A.A.H.H. La Florida del Distrito de Manantay.

Criterios de exclusión

No se tomó en consideración a las Mypes del Sector Comercio Rubro Boticas /Gestión de Calidad Bajo el Enfoque de Atención al Cliente Distrito de Manantay, cuyos establecimientos comerciales están ubicados en la zona Rural tales como: Caserío pucallpillo, Caserío Nuevo san Juan, Caserío Éxito, Caserío Sto. Domingo de Mashangay, Caserío Sta. Carmela de Mashangay, Caserío Juan Velasco Alvarado, Caserío Nuevo Bagazán, Caserío Betania, Caserío Santa Isabel Bahuanisho, Caserío Puerto Betel, Caserío Masaray, Caserío Nueva Alianza, y Caserío Santa Teresa de Shinuya.

4.3. Definición y Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de las Variables y los Indicadores.

Variables	Definición Conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de Medición
Perfil de los dueños, administradores y/o representantes legales de las Mypes.	Algunas características de los dueños, administradores y/o representantes legales de las Mypes.	Edad	Razón: · Años.
		Sexo	Nominal: · Masculino · Femenino
		Grado de Instrucción	Nominal: Secundaria. Superior no universitario Superior universitario
		Estado Civil	Nominal: · Soltero. · Casado. · Conviviente · Viudo
		Profesión y/ocupación	Nominal Mencionar.....

Variables	Definición Conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de Medición
Características de las Mypes del Sector Comercio Rubro Boticas /Gestión de Calidad Bajo el Enfoque de Atención al Cliente del Distrito de Manantay 2017.	Algunas antecedentes sobre la razón social y años de permanecía sobre las mypes.	Años de permanencia en el sector	Razón: 1 – 2 años. 2 – 3 años. 3 – a más años.
		N° de trabajadores en la empresa permanentes	Razón: De 1– 3 trabajadores. De 3 a más trabajadores.
		Número de trabajadores eventuales	Razón: De 1– 3 trabajadores. De 3 a más trabajadores
		Si esta formalizada la mype.	Nominal: Sí. No.
		Tipo de persona en la mype	Nominal Natural Jurídica

Variables	Definición Conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de Medición
Gestión de calidad de las Mypes del Sector Comercio Rubro Boticas /Gestión de Calidad Bajo el Enfoque de Atención al Cliente del Distrito de Manantay 2017.	Proceso de coordinación de todos los recursos disponibles de en una organización, utilizadas en la Gestión de Calidad de las MYPE del Sector Comercio Rubro Boticas /Gestión de Calidad Bajo el Enfoque de Atención al Cliente del Distrito de Manantay 2017.	Número de cursos que tuvo Ud. en los 2 últimos años.	Nominal Uno Dos Tres Más de tres
		En qué tipo de cursos a recibido Ud. Capacitación.	Nominal Atención al cliente Flujo de caja Almacén Organización del personal en farmacia
		El personal de su empresa ha recibido algún tipo de capacitación.	Nominal Si No
		Tipo de cursos en los cuales se capacitó el personal de su empresa.	Nominal Atención al cliente Marketing en ventas Farmacología Calidad de atención

		La infraestructura de su empresa reúne las condiciones adecuadas.	<p align="center">Nominal</p> <p align="center">Ventilación adecuada</p> <p align="center">Dimensiones del ambiente adecuado para la exhibición y expendio</p> <p align="center">Señalizaciones de ingreso, egreso, seguridad.</p>
		El equipamiento (computadoras, vitrinas, vidriería), es moderno.	<p align="center">Nominal</p> <p align="center">Si</p> <p align="center">No</p>
		Su producto que comercializa está regulado por la DIREMID.	<p align="center">Nominal</p> <p align="center">Si</p> <p align="center">No</p>
		Ud. Como propietario conoce las normas de ISO de certificación de calidad.	<p align="center">Nominal</p> <p align="center">Si</p> <p align="center">No</p>

Variables	Definición Conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de Medición
Atención al Cliente de las Mypes del Sector Comercio Rubro Boticas /Gestión de Calidad Bajo el Enfoque de Atención al Cliente del Distrito de Manantay2017.	Es el conjunto de actuaciones mediante las cuales una empresa gestiona su relación con sus clientes actuales, antes o después de la compra del producto, cuyo fin último es lograr la satisfacción del cliente, de las MYPE del Sector Comercio Rubro Boticas /Gestión de Calidad Bajo el Enfoque de Atención al Cliente del Distrito de Manantay2017.	Cree Ud. que la presentación del personal y cantidad al cliente fue.	Nominal Excelente Bueno Deficiente
		Mostraron los trabajadores interés en la atención.	Nominal Si No
		Qué tipo de trato le ofrecieron los trabadores a Ud.	Nominal Amable y Cortez Poco amble Mal trato
		Le brindaron a Ud. una respuesta clara y confiable los trabajadores.	Nominal Si No
		Considera Ud. Por el trato que le brindaron regresaría en otra oportunidad.	Nominal Si No

Fuente: Elaboración propia.

4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Técnicas de Recolección

Técnicas:

La técnica que se utilizó en la investigación es la siguiente:

Encuesta:

Esta encuesta se aplicó a los propietarios de las Micro Empresas del Sector Comercio Rubro Boticas /Gestión de Calidad Bajo el Enfoque de Atención al Cliente Distrito de Manantay, y a los clientes, a fin de obtener información sobre todos los aspectos relacionados con la investigación.

Instrumentos:

Para nuestro trabajo de tesis se utilizó un cuestionario estructurado mediante la operacionalización de las variables, el cual consta de 23 preguntas distribuidas en cuatro partes, la primera son datos a propietarios la cual contiene 05 preguntas, la segunda parte contiene 05 preguntas sobre las mypes, la tercera 08 preguntas sobre la gestión de calidad, la cuarta parte consta de 05 preguntas relacionadas con la atención al cliente.

4.5 Plan de Análisis de datos

Para la recolección de datos de nuestro trabajo de tesis se utilizó como instrumento un cuestionario de análisis descriptivo, que fue respondido por los micro empresarios del Sector Comercio Rubro Boticas /Gestión de Calidad y su relación Enfocada en la Satisfacción del Cliente del Distrito de Manantay año 2017. Para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel 2010, y en cuanto al procesamiento de los datos se aplicó el Software SPSS versión 18 (programa de estadística para ciencias sociales) lo que nos permitirá la presentación gráfica y estadística porcentual de los resultados. En el presente

trabajo de investigación se aplicó las siguientes técnicas:

- Se coordinó con los representantes de las micro empresas.
- Se registró la información obtenida de los encuestados.
- Se codificó la información obtenida de los encuestados.
- Se realizó el procesamiento manual.
- Se tabuló los cuadros con cantidades y porcentajes.
- Se formuló los gráficos.

4.6 Matriz de Consistencia de la Investigación

Tabla 2. Matriz de consistencia de Gestión de Calidad en bajo el Enfoque de Atención del Cliente de las Mypes sector Comercio, Rubro Boticas del Distrito de Manantay, año 2017.

MATRÍZ DE CONSISTENCIA LÓGICA

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA		
		GENERAL			-Trabajadores permanentes -Trabajadores Eventuales	TIPO Y NIVEL	POBLACIÓN	INSTRUMENTO
Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las mypes del sector comercio, rubro Boticas del distrito de Manantay con una gestión enfocada en atención al cliente? Boticas del Distrito de Manantay, año 2017.	¿Es posible la fidelización de los clientes para aquellas mypes del sector comercio, rubro Boticas del distrito de Manantay con una gestión enfocada en atención al cliente?	Determinar la influencia de la calidad de atención al cliente en la Gestión de las empresas mypes del sector comercio, del Rubro Boticas del Distrito de Manantay año 2017.	Gestión de Calidad	1. Recursos Humanos	-Recibe capacitación. -Nro. de capacitaciones. -Trabajadores son capacitados - Es importante la capacitación	Cuantitativo-Descriptivo	La población estará conformada por propietarios de las Mypes, del sector comercio, rubro Boticas del distrito de Manantay 2017.	Se utilizará como instrumento el cuestionario de preguntas cerradas. Interpretación y análisis de los resultados.
				2. Cursos de capacitación	-Adecuada comodidad para los clientes. - Ambiente propicio para la dispensación de medicamentos.			
				3. Infraestructura	-Mejóro la rentabilidad de su empresa. -En su mayoría usan las TIC			
				4. Equipamiento				

		ESPECÍFICOS		DISEÑO	TÉCNICA	ANÁLISIS DE DATOS
		<p>Demostrar que la cantidad recursos humanos cumplan en la atención del cliente en el sector comercio rubro Boticas del Distrito de Manantay.</p> <p>Identificar si las Boticas cuentan con un personal capacitado para la dispensación de medicamentos, en el sector comercio rubro Boticas del Distrito de Manantay</p> <p>Determinar si las mypes del sector comercio rubro Boticas del Distrito de Manantay están formalizadas.</p> <p>Determinar si la infraestructura que presenta, contribuye en la satisfacción del cliente en el sector comercio rubro Boticas del Distrito de Manantay.</p> <p>Demostrar que el equipamiento tecnológico (TIC), contribuye en la satisfacción del cliente, en el sector comercio rubro Boticas del Distrito de Manantay.</p>				
	Atención al cliente	1.Confiabilidad	-Habilidad en la atención del servicio, fiable y cuidadosa.	No experimental	Se aplicará la técnica de la encuesta.	Se hará uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizará como apoyo el programa Excel y para el procesamiento de los datos de nuestra encuesta el software SPSS Versión 18 (Programa de estadística para ciencias sociales).
		2.Comunicacion	-Recibe inter relación del personal responsable en la atención y el cliente.	Descriptivo	Análisis documental.	
		3.Atención	-Cumpliendo con las expectativas De los clientes.	Transversal		

FUENTE : Elaboración propia

4.7. Principios Éticos

Protección a las personas. - La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.

En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad.

Beneficencia. - Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia. - El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación

Integridad científica. - La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de

enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

Consentimiento informado y expreso. - En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

DUEÑOS O PROPIETARIOS

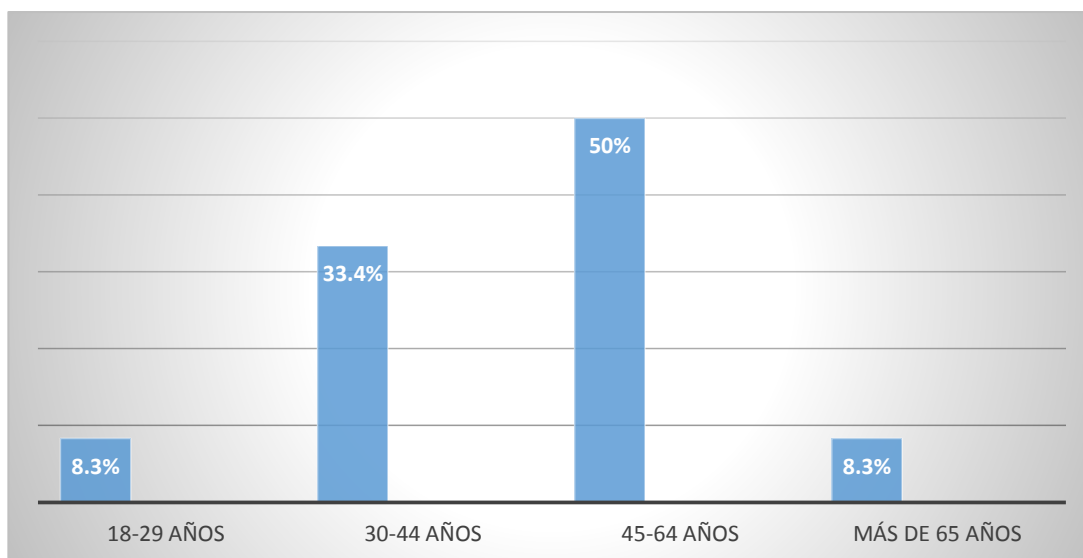
TABLA 1

Edad de los representantes legales de las mypes.

Edad (años)	Frecuencia	Porcentaje
18-29 años	1	8.3%
30-44 años	4	33.4%
45-64 años	6	50.0%
Más de 65 años	1	8.3%
Total	12	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes en estudio.

GRAFICO 1



Fuente: Tabla 1 y Grafico N 1

En la tabla 01 y gráfico 01 se interpreta que, el 8.3% de los representantes legales de las mypes encuestadas, su edad fluctúa entre los 18 a 29 años y el 33.4% fluctúa entre los 30 a 44 años y un 50% su edad fluctúa entre los 45 a 64, y entre 8.3% de 65 años de edad.

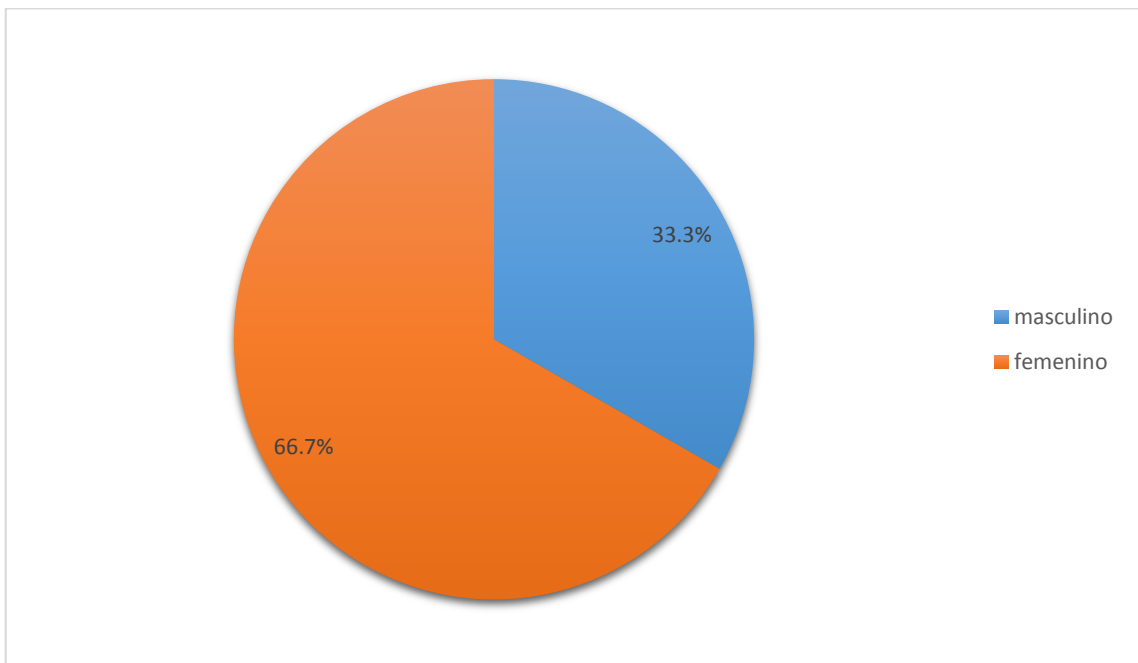
TABLA 2

Sexo de los representantes legales de las mypes.

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	4	33.3%
Femenino	8	66.7%
Total	12	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes en estudio.

GRAFICO N°2



Fuente: Tabla 2 y Grafico 2

En la tabla 02 y gráfico 02 se interpreta que, en los representantes legales de las mypes encuestados predomina el sexo femenino con un 66.7%. y un 33.3% masculino.

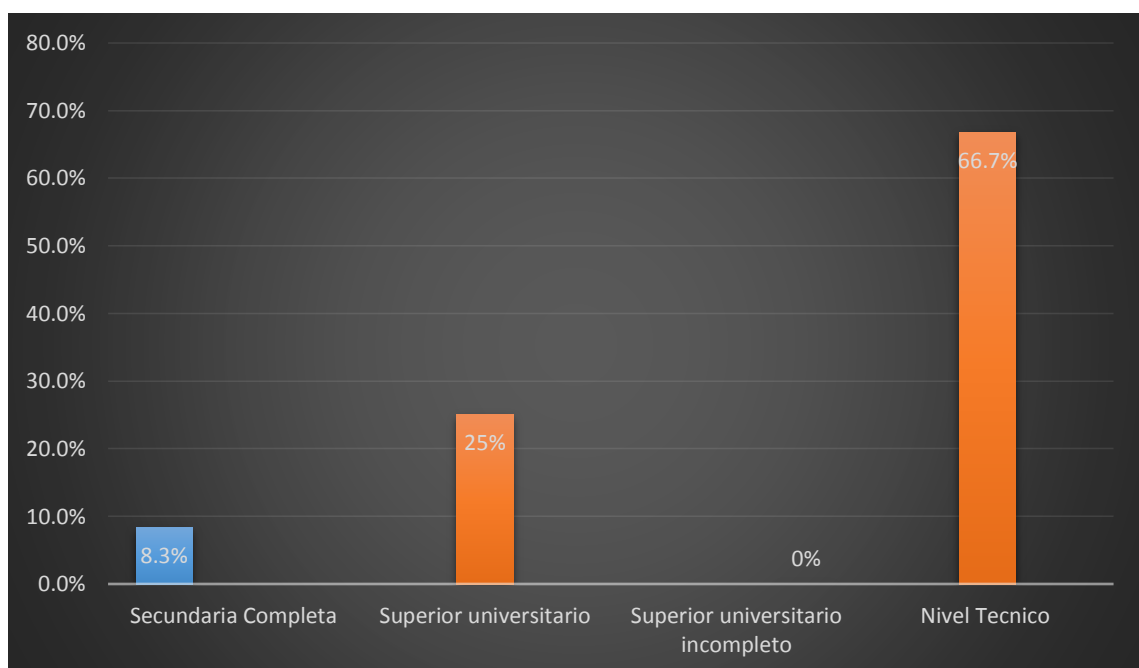
TABLA 3

Grado de instrucción de los representantes legales de las mypes.

Grado de instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria completa	1	8.3%
Superior universitario completa	3	25.0%
Superior universitario incompleta	0	0.0%
Nivel Técnico	8	66.7%
Total	12	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes en estudio.

GRAFICO 3



Fuente: Tabla 3 y Grafico 3

En la tabla 03 se interpreta que, la instrucción que más predomina en los representantes legales de las Mypes encuestadas es el 66.7% del Nivel Técnico, seguido por estudios superior universitario de un 25% y de un 8.3% en secundaria completa.

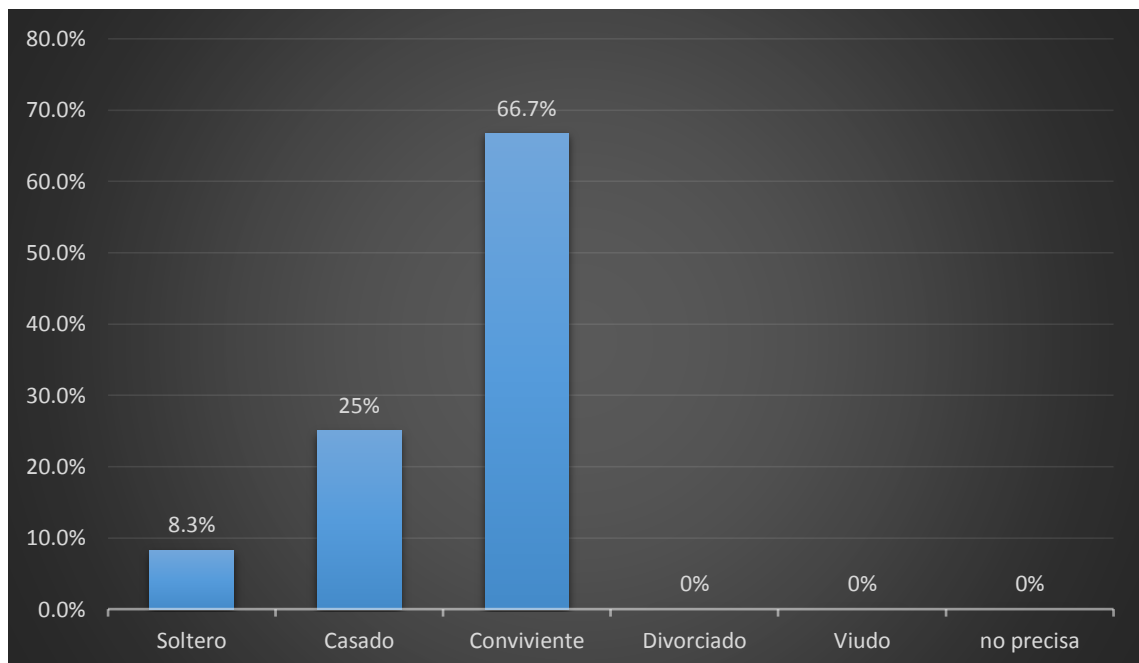
TABLA 04

Estado civil de los representantes legales de las mypes

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	1	8.3%
Casado	3	25.0%
Conviviente	8	66.7%
Divorciado	0	0.0%
Viudo	0	0.0%
No precisa	0	0.0%
Total	12	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

GRAFICO 04



Fuente: Tabla 4 y Grafico 4

En la tabla 04 y el gráfico 04 se interpreta que, de las mypes encuestadas el 25% son casados, el 66.7% son convivientes y solo el 8.3% son solteros.

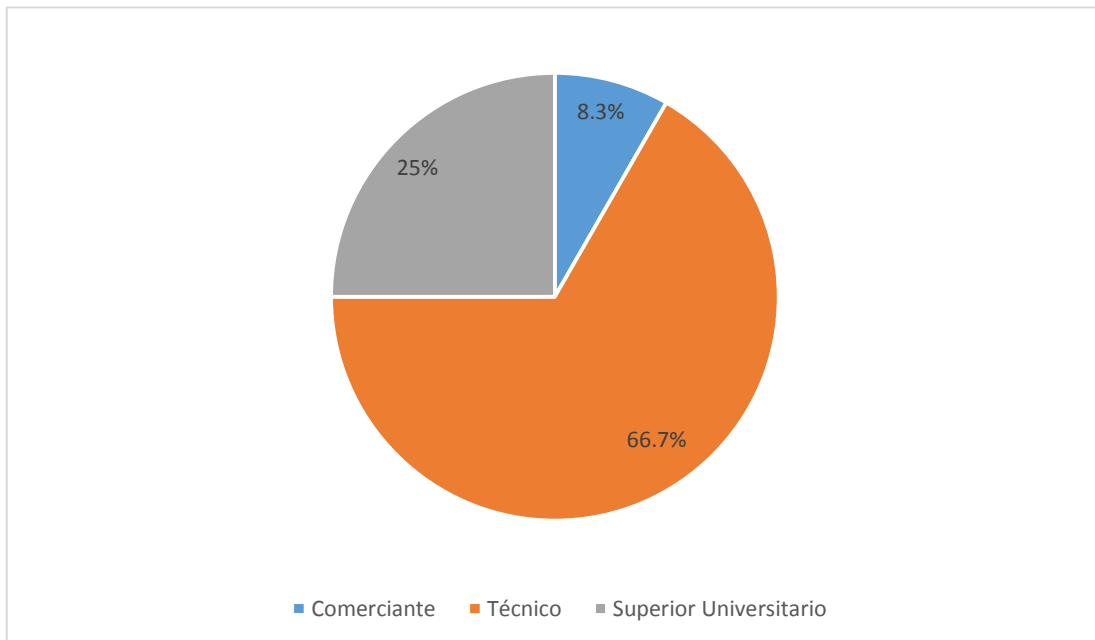
TABLA 05

Profesión u ocupación de los representantes legales de las mypes.

Profesión u Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Comerciante	1	8.3%
Técnico	8	66.7%
Superior Universitario	3	25.0%
Total	12	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

GRAFICO 05



Fuente: Tabla 05 y Grafico 05

En la tabla 05 se interpreta que, de las mypes encuestadas, el 8.3% son comerciantes, el 66.7% tienen estudios técnicos mientras que el 25% estudios superiores universitarios.

RESPECTO A LAS CARACTERISTICAS DE LAS MYPES

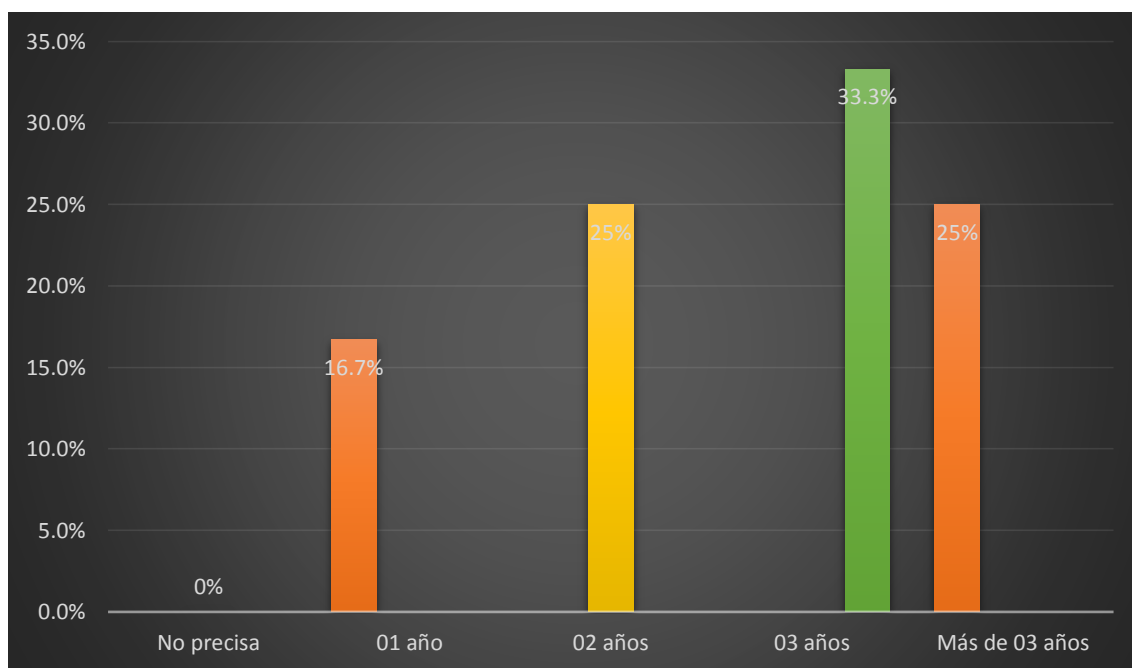
TABLA 06

¿Hace cuánto tiempo se dedica al sector y rubro empresarial?

Tiempo del negocio	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	0	0.0%
01 año	2	16.7%
02 años	3	25.0%
03 años	4	33.3%
Más de 03 años	3	25.0%
Total	12	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

GRAFICO 06



Fuente: Tabla 06 y Gráfico 06

En la tabla 06 y gráfico 06 se interpreta que, el 33.3% se dedica hace 3 años, el 25% se dedica hace 02 años, el 25% lo hace más de 03 años y solo el 16.7% hace 01 año.

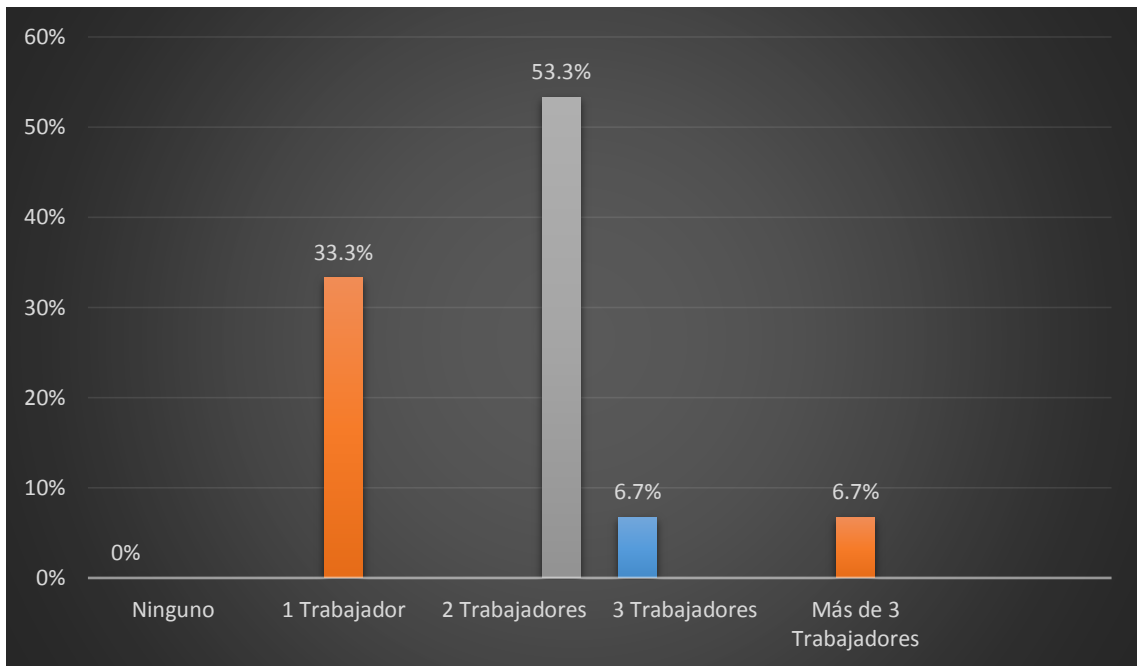
TABLA 07

Número de trabajadores permanentes de las Mypes

Número de trabajadores	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	0	0.0%
1 Trabajador	5	33.3%
2 Trabajadores	8	53.3%
3 Trabajadores	1	6.7%
Más de 3 trabajadores	1	6.7%
Total	15	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

GRAFICO 07



Fuente: Tabla 07 y Gráfico 07

En la tabla 07 y gráfico 07 se interpreta que, el 6.7% está constituido por más de 3 trabajadores, el 6.7% por 3 trabajadores, el 33.3% solo por 1 trabajador y gran parte con 53.3% por 2 trabajadores permanentes.

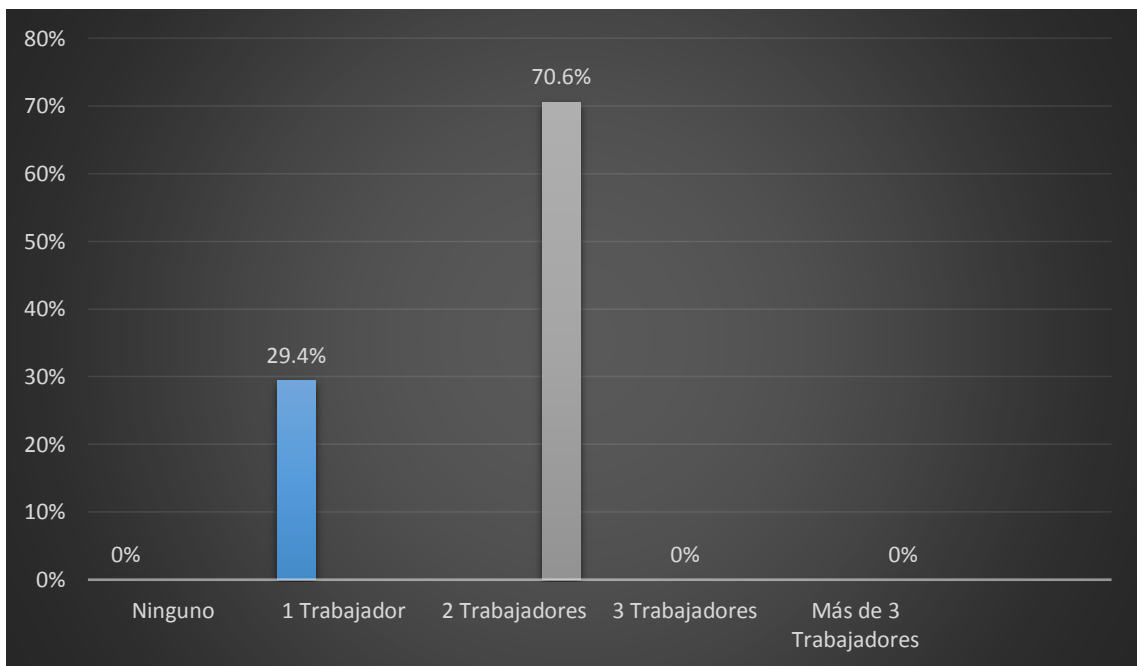
TABLA 08

Número de trabajadores Eventuales

Número de trabajadores	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	0	0.0%
1 Trabajador	5	29.4%
2 Trabajadores	12	70.6%
3 Trabajadores	0	0.0%
Más de 3 trabajadores	0	0.0%
Total	17	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

GRAFICO 08



Fuente: Tabla N 08 y Gráfico 08

En la tabla 08 y gráfico 08 se interpreta que, el 29.4% afirma que tiene 01 trabajador eventuales, el 70.6% sostiene que tiene 02trabajadores eventuales.

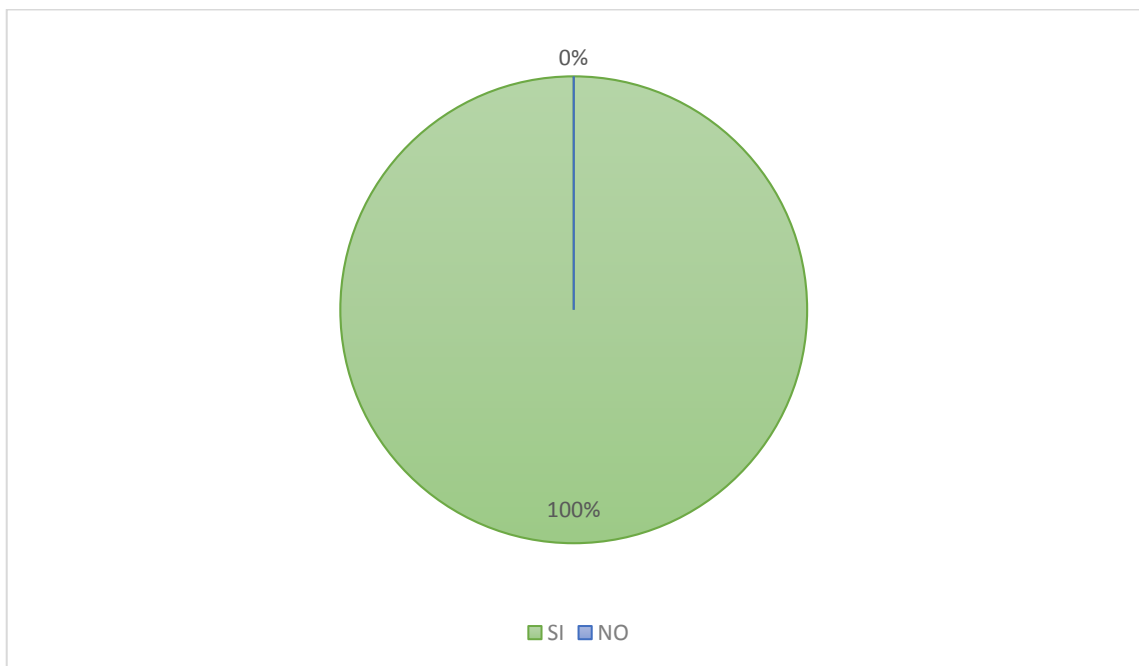
TABLA 09

Se encuentra Formalizada su Mypes

Se encuentra Formalizada su Mypes	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	100.0%
NO	0	0.0%
Total	12	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

GRAFICO 09



Fuente: Tabla 09 y Gráfico 09

En la tabla 09 y gráfico 09 se interpreta que, el 100% afirma que su Mypes se encuentra formalizada.

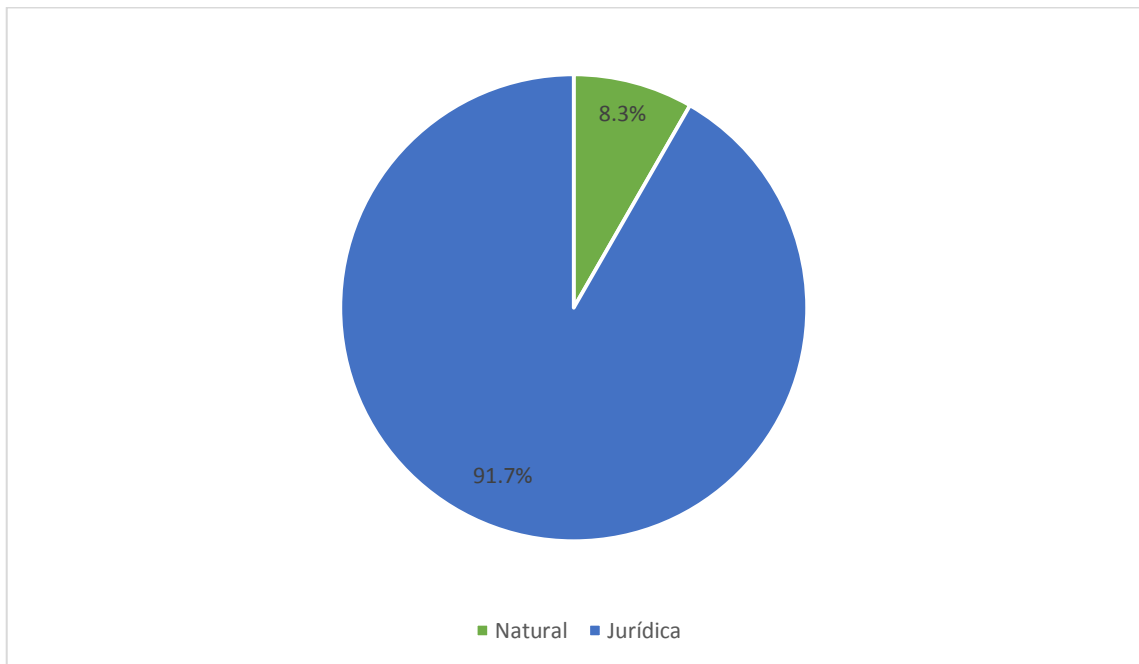
TABLA 10

Su Mypes se encuentra inscrita como persona Natural o Jurídica

Es persona Natural o Jurídica	Frecuencia	Porcentaje
Natural	1	8.3%
Jurídica	11	91.7%
Total	12	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

GRAFICO 10



Fuente: Tabla 10 y Gráfico 10

En la tabla 10 y gráfico 10 se interpreta que, el 91.7% su Mypes está inscrita como persona Jurídica, el 8.3% como persona Natural.

RESPECTO A LA CALIDAD

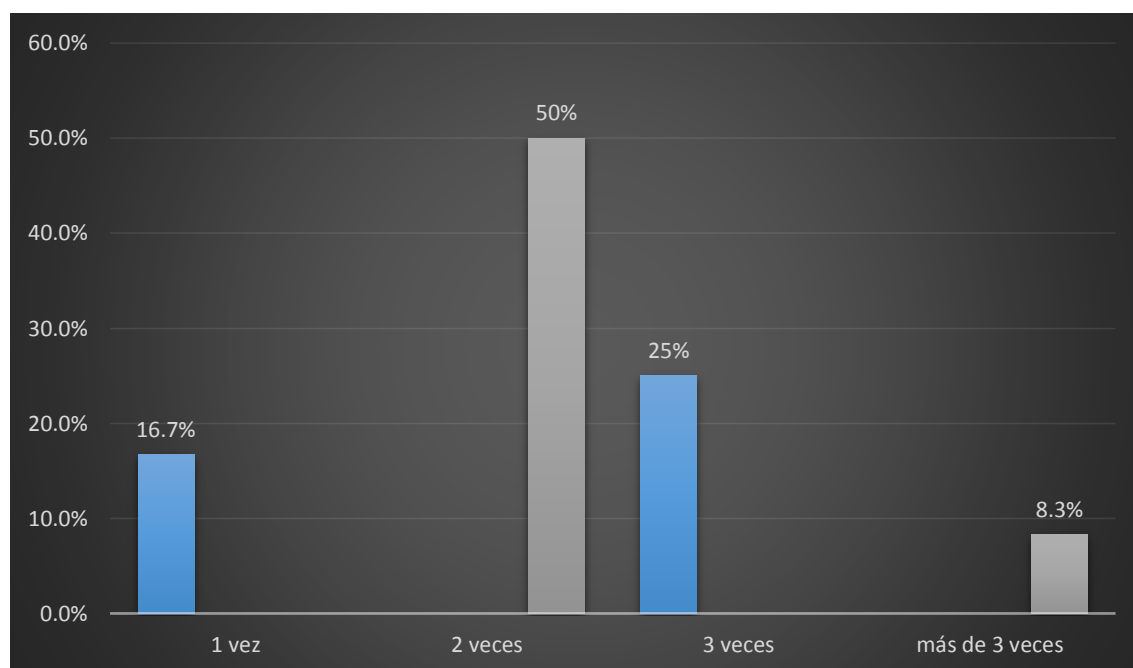
TABLA 11

Cuántos cursos de capacitación ha tenido Ud. En los últimos 2 años

Cuántos cursos de capacitación ha tenido Ud. En los últimos 2 años	Frecuencia	Porcentaje
1 vez	2	16.7%
2 veces	6	50.0%
3 veces	3	25.0%
Más de 3 vez	1	8.3%
Total	12	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

GRAFICO N°11



Fuente: Tabla 11 y gráfico 11

En la tabla 11 y gráfico 11 se interpreta que, el 16.7% tuvo una capacitación en los últimos 2 años, el 50% obtuvo 2 capacitaciones, el 25% obtuvo al menos 3 capacitaciones, mientras que solo el 8.3% se capacitó más de 3 veces los últimos 2 años.

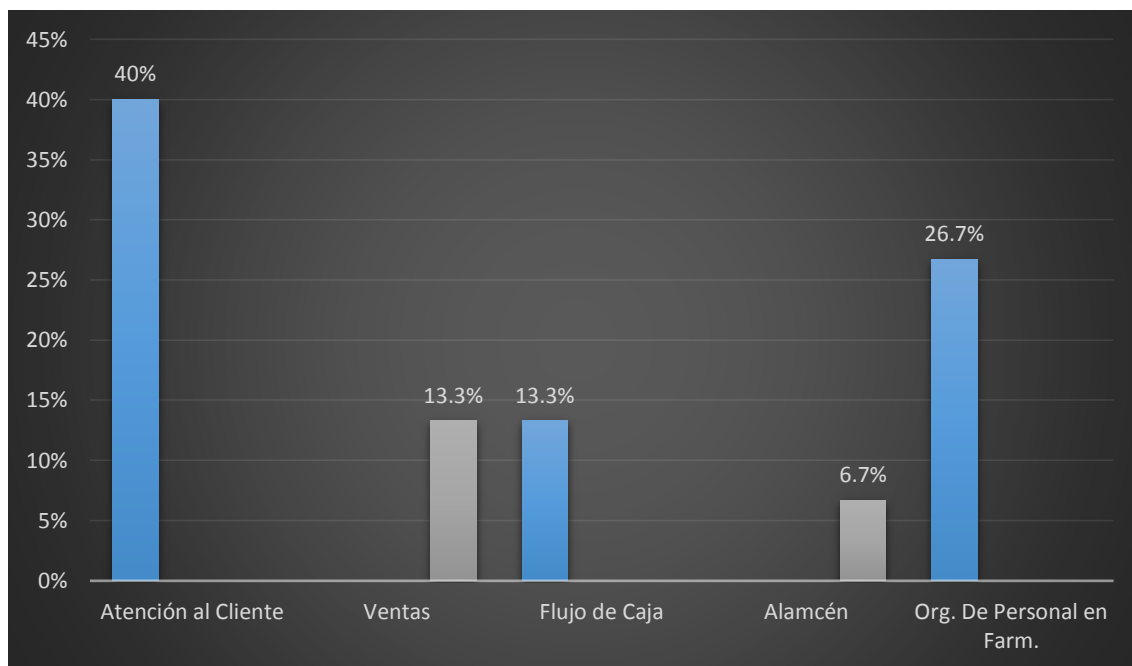
TABLA 12

Si tuvo capacitación: En qué tipo de cursos participo Ud.

Si tuvo capacitación: En qué tipo de cursos participo Ud.	Frecuencia	Porcentaje
Atención al Cliente	6	40.0%
Ventas	2	13.3%
Flujo de caja	2	13.3%
Almacén	1	6.7%
Organización de personal en Farm.	4	26.7%
Total	15	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

GRAFICO 12



Fuente: Tabla 12 y Grafico 12

En la tabla 12 y gráfico 12 se interpreta que, el 40 % se capacitó en Atención al Cliente, el 26.7% lo hizo en organización de Personal en Farmacia, el 13.3% en Ventas, 13.3% en Flujo de caja y solo el 6.7% en Almacén.

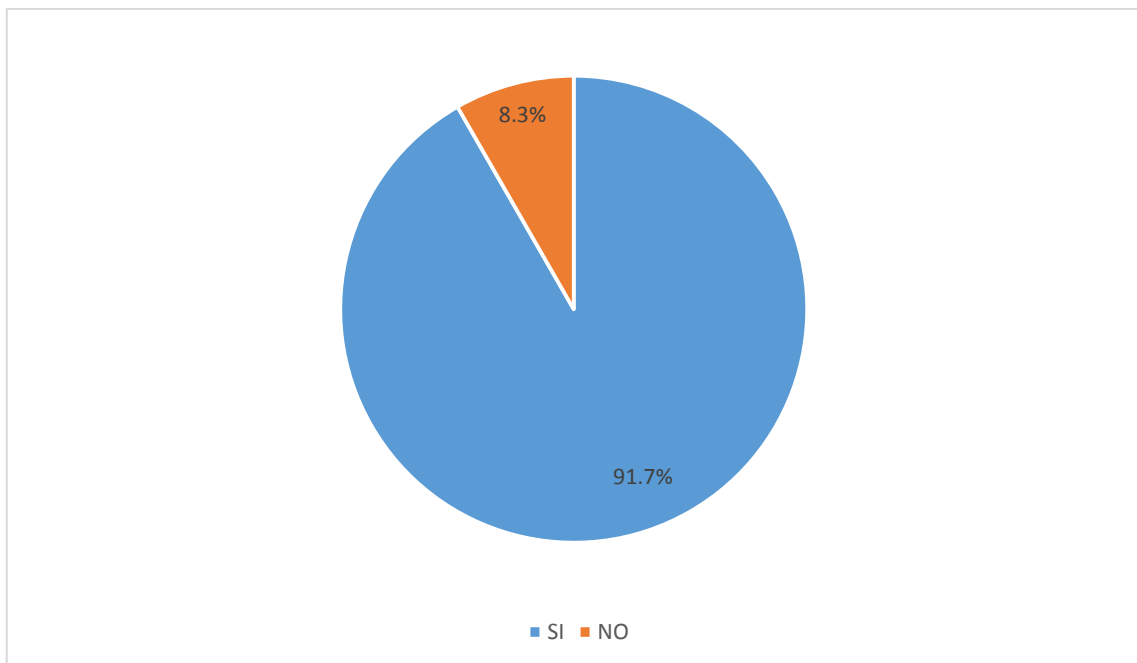
TABLA 13

El personal de su empresa ¿Ha percibido algún tipo de capacitación?

El personal de su empresa ¿Ha percibido algún tipo de capacitación?	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	91.7%
No	1	8.3%
Total	12	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

GRAFICO 13



Fuente: Tabla 13 y Gráfico 13

En la tabla 13 y gráfico 13 se interpreta que, el 91.7% afirma que han percibido alguna capacitación, mientras que solo el 8.3% confirma no haberlo tenido.

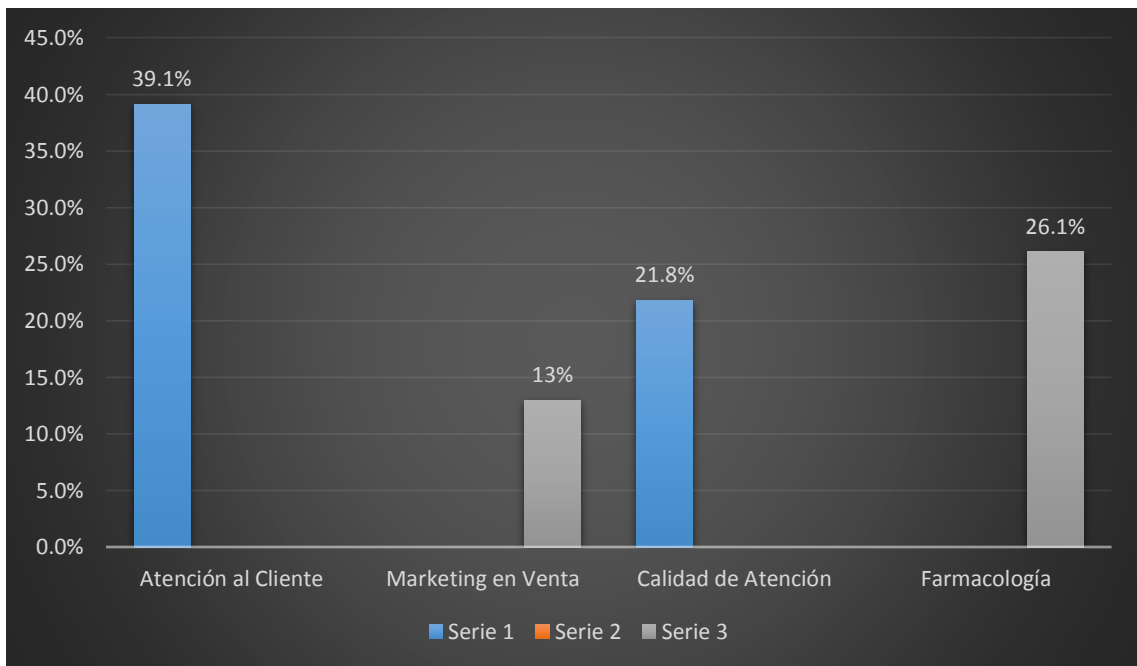
TABLA 14

En qué temas se capacitaron sus trabajadores

En qué temas se capacitaron sus trabajadores	Frecuencia	Porcentaje
Atención al Cliente	9	39.1%
Marketing en Venta	3	13.0%
Calidad de Atención	5	21.8%
Farmacología	6	26.1%
Total	23	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

GRAFICO N°14



Fuente: Tabla 14 y gráfico 14

En la tabla 14 y gráfico 14 se interpreta que, el 39 % lo hizo en Atención al cliente, el 13 % lo realizo en Marketing en Venta, el 21.8% lo hizo en Calidad de atención y el 26.1% en Farmacología.

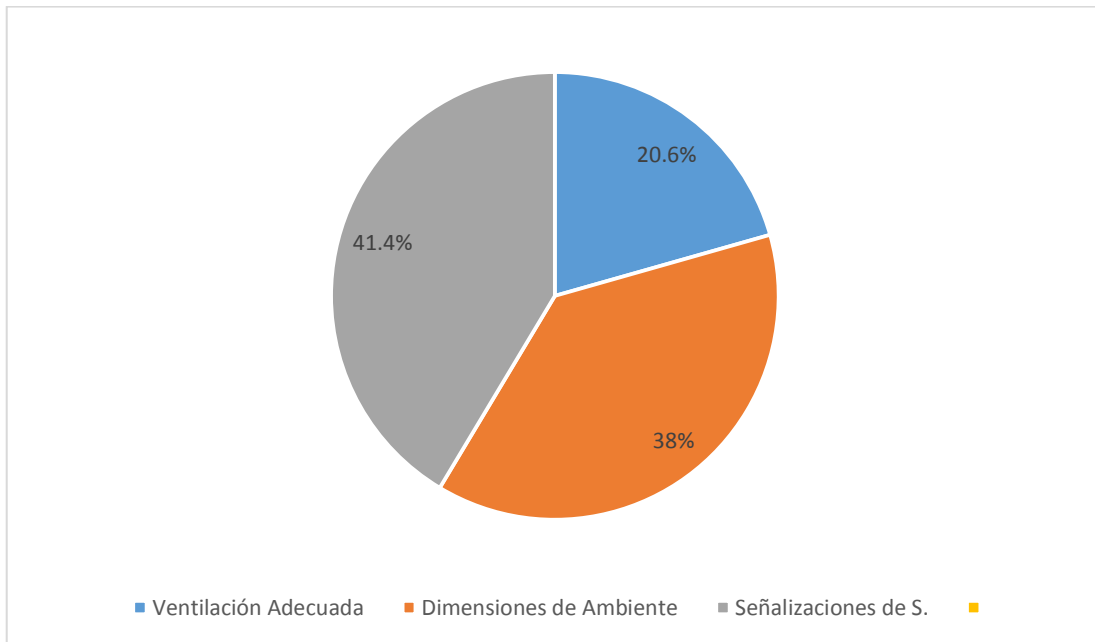
TABLA 15

La Infraestructura de su empresa reúne las siguientes condiciones:

La Infraestructura de su empresa reúne las siguientes condiciones:	Frecuencia	Porcentaje
Ventilación adecuada	6	20.6%
Dimensiones de ambiente expendio /exhibición	11	38.0%
Señalizaciones de seguridad	12	41.4%
Total	29	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

GRAFICO 15



Fuente: Tabla 15 y tabla 15

En la tabla 15 y gráfico 15 se interpreta que, el 20.6% cuenta con ventilación adecuada, el 38% cuenta con dimensiones de ambiente expendio /exhibición el 41.4%. cuenta con una señalización adecuada.

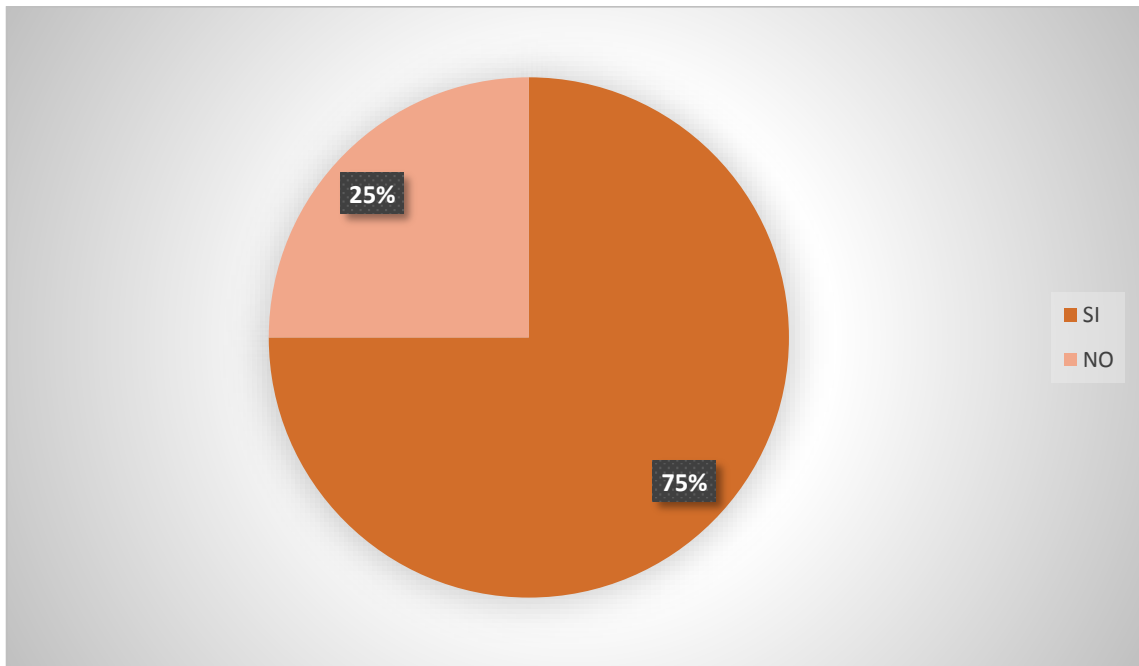
TABLA 16

El equipamiento (computadora, stands, escritorios etc.) reúnen las condiciones adecuadas para la atención al público.

El equipamiento (computadora, stands, escritorios etc.) reúnen las condiciones adecuadas para la atención al público.	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	75.0%
No	3	25.0%
Total	12	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

GRAFICO 16



Fuente: Tabla 16 y Gráfico 16

En la tabla 16 y gráfico 16 se interpreta que, el 75% reúnen las condiciones adecuadas para la atención al público y el 25% le falta una adecuada infraestructura.

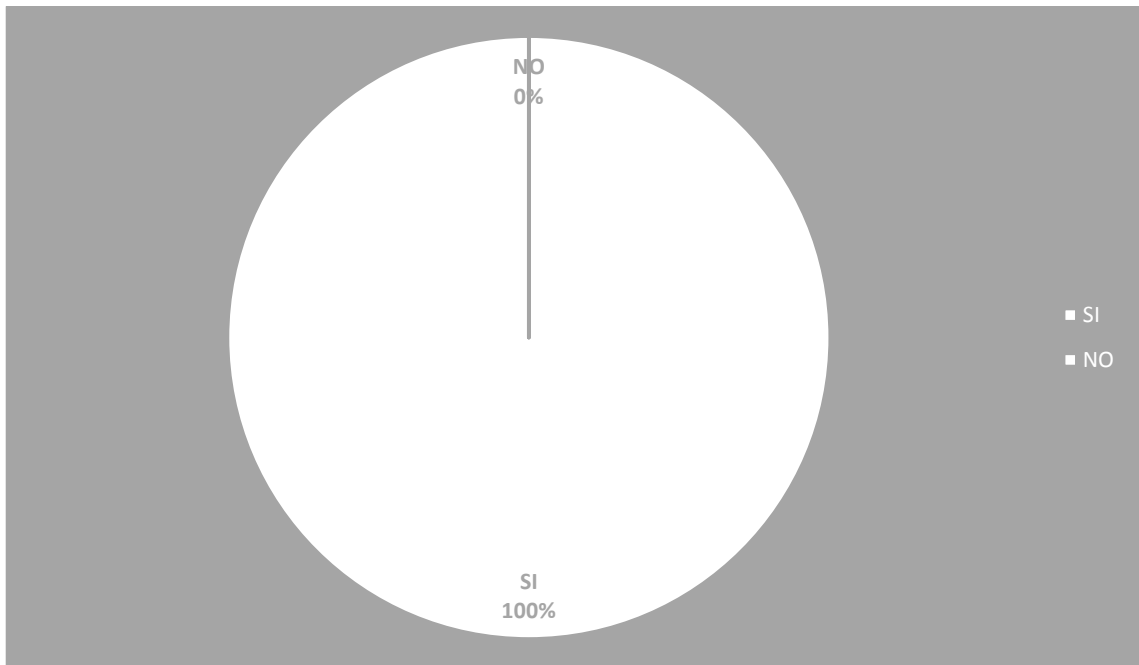
TABLA 17

¿Su producto que comercializa está regulado por la DIGEMID?

¿Su producto que comercializa está regulado por la DIGEMID?	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	100.0%
No	00	0.0%
Total	12	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

GRAFICO 17



Fuente: Tabla 17 y Gráfico 17

En la tabla 17 y gráfico 17 se interpreta que, el 100% está regulado por la DIGEMID.

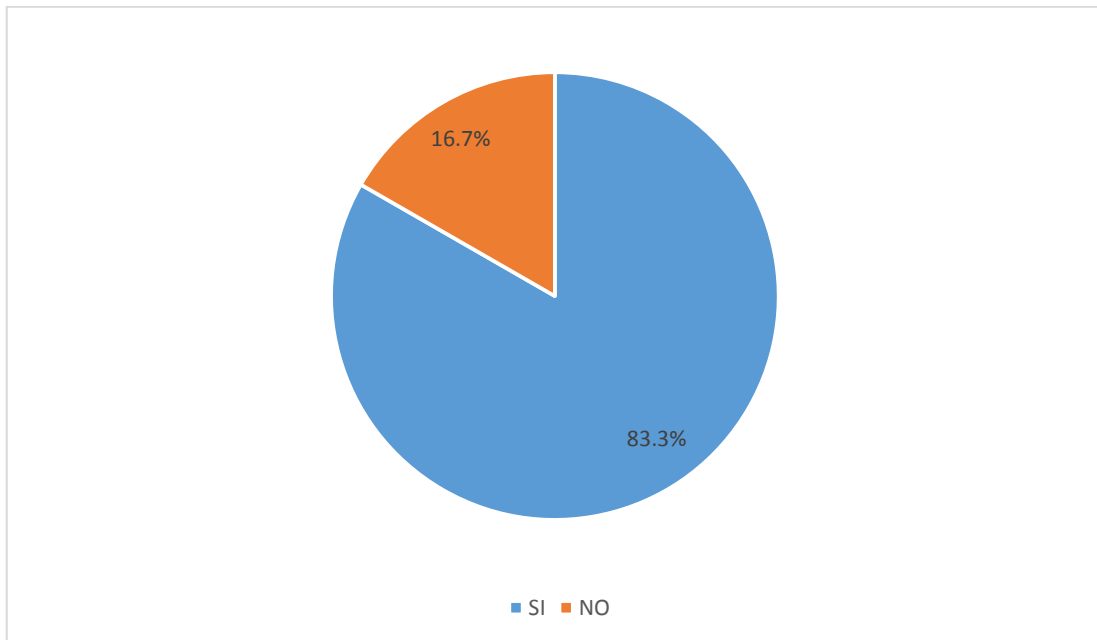
TABLA 18

¿Ud. como propietario conoce las normas ISO de certificación de calidad?

¿Ud. como propietario conoce las normas ISO de certificación de calidad?	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	83.3%
No	2	16.7%
Total	12	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

GRAFICO 18



Fuente: Tabla 18 y Gráfico 18

En la tabla 18 y gráfico 18 se interpreta que, el 82% conoce las Normas ISO, mientras que el 18 % no lo conoce las normas de calidad.

CON RESPECTO A LA ATENCION AL CLIENTE

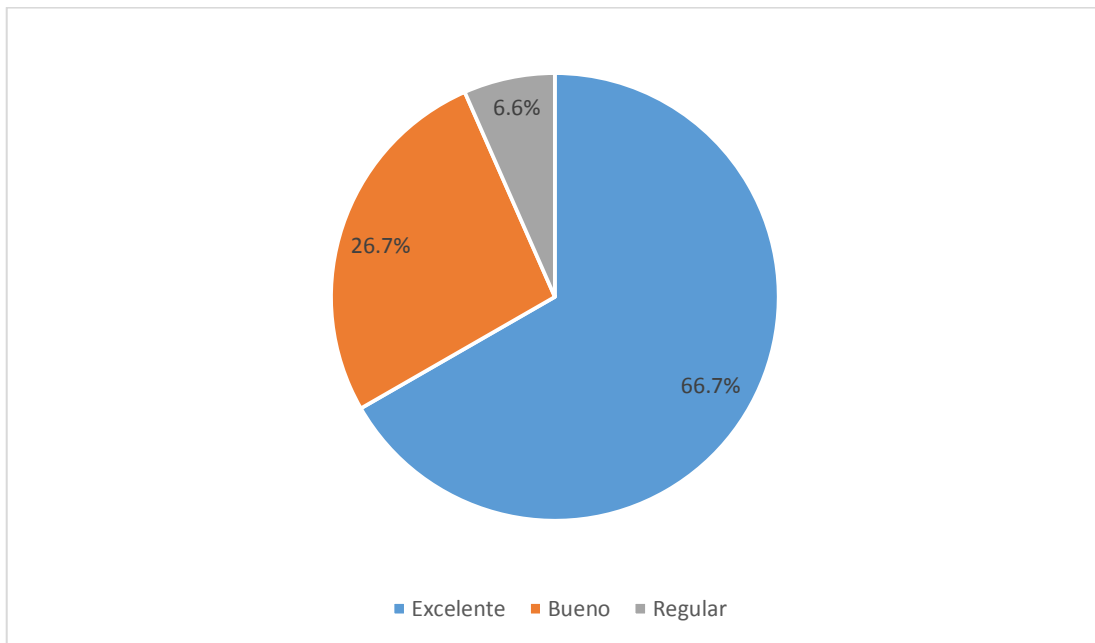
TABLA 19

La presentación y cantidad del servicio del personal de la Botica al público es:

La presentación del servicio del personal de la Botica al público es:	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	20	66.7%
Bueno	8	26.7%
Regular	2	6.6%
Total	30	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

GRAFICO 19



Fuente: Tabla 19 y Gráfico 19

En la tabla 19 y gráfico 19 se interpreta que, el 66.7% es excelente, el 26.7% es bueno y el 6.6. % es regular en la presentación y cantidad del personal de la botica al público.

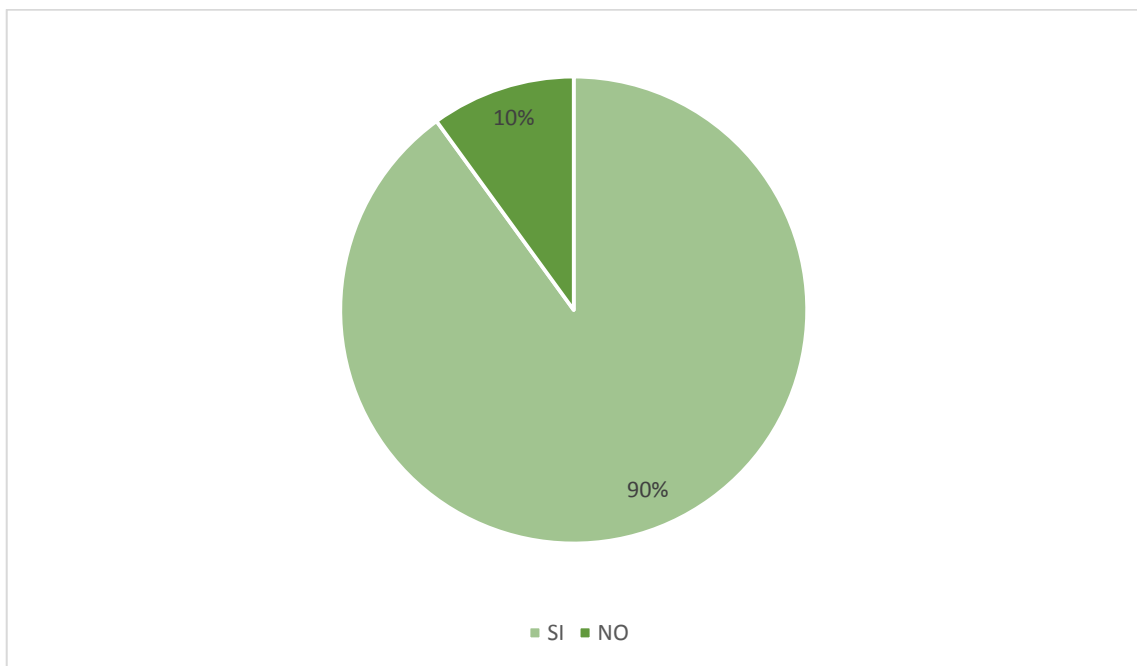
TABLA 20

¿Los trabajadores muestran interés en la atención individualizada?

¿Los trabajadores muestran interés en la atención individualizada?	Frecuencia	Porcentaje
SI	27	90.0%
NO	3	10.0%
Total	30	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

GRAFICO 20



Fuente: Tabla 20 y Gráfico 20

En la tabla 20 y gráfico 20 se interpreta que, el 90% mostraron interés en atención al cliente, mientras que un 10 % no mostraron interés.

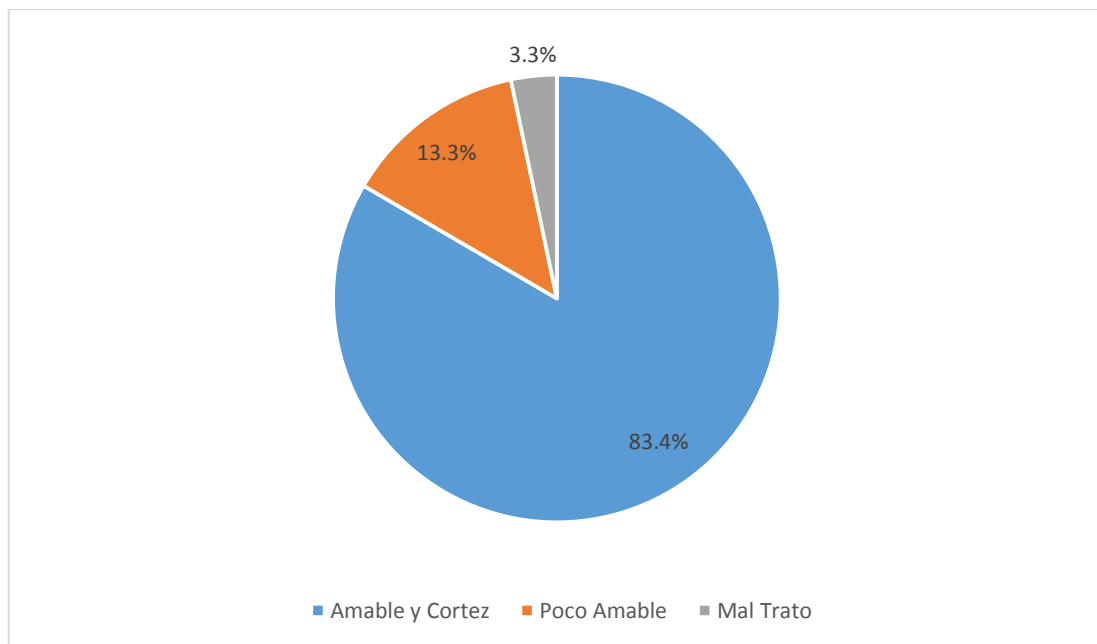
TABLA 21

¿Cómo es el trato que le brindaron los trabajadores a Ud., como cliente?

¿Cómo es el trato que le brindaron los trabajadores a Ud., como cliente?	Frecuencia	Porcentaje
Amable y Cortez	25	83.4%
Poco Amable	4	13.3%
Mal trato	1	3.3%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mype en estudio.

GRAFICO 21



Fuente: Tabla 21 y Gráfico 21

En la tabla 21 y gráfico 21 se interpreta que, el 83.4% fue amable y Cortez, mientras que el 13.3% fue poco amable y el 3.3 % genero un mal trato al cliente.

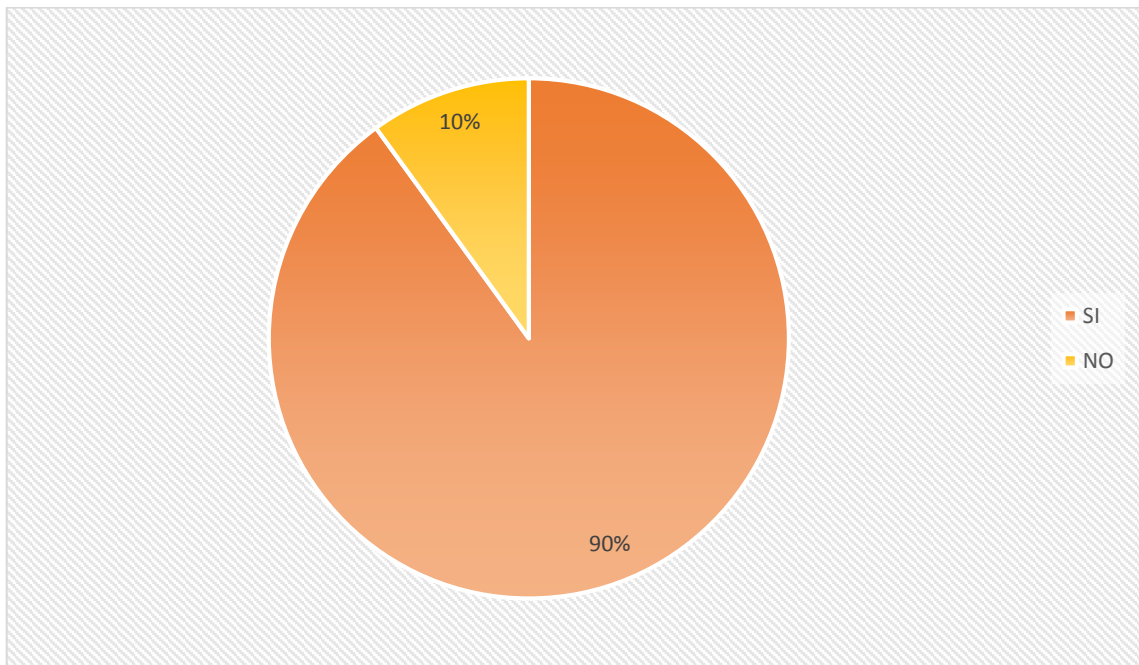
TABLA 22

¿El personal que lo atendió, le brindó una respuesta clara y confiable?

¿El personal que lo atendió, le brindó una respuesta clara y confiable?	Frecuencia	Porcentaje
SI	27	90.0%
NO	3	10.0%
Total	30	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

GRAFICO 22



Fuente: Tabla 22 y Gráfico 22

En la tabla 22 y gráfico 22 se interpreta que, el 90% brindó una respuesta en la atención clara y confiable, mientras que el 10% no brindó una buena respuesta en la atención clara y confiable al cliente.

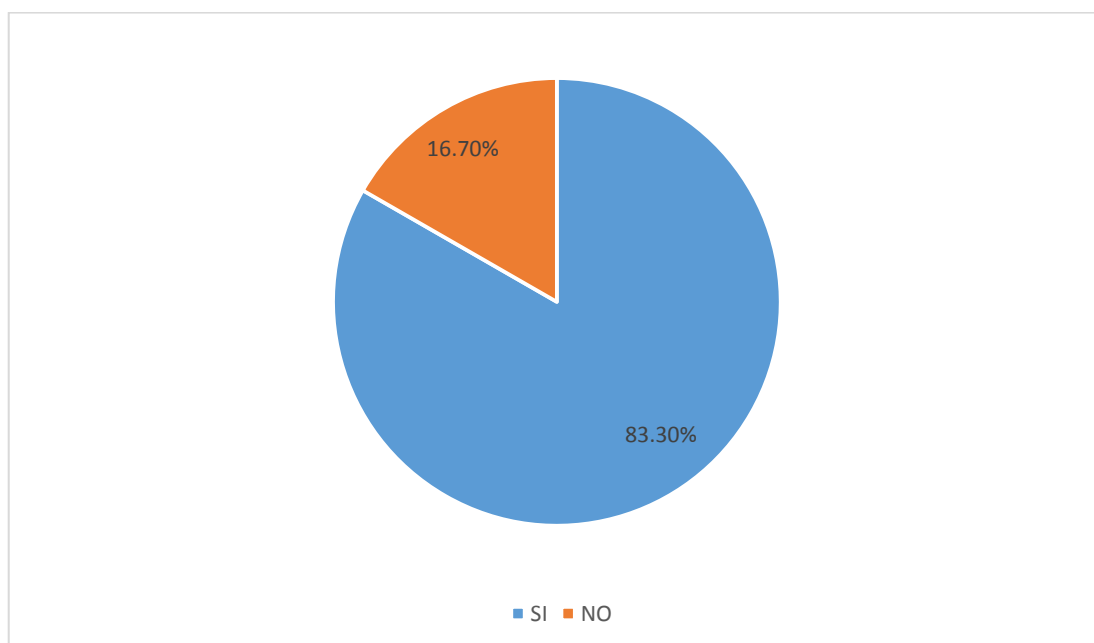
TABLA 23

Considera Ud. Que por la atención que le brindaron, regresaría en otra oportunidad.

¿Ud. Regresaría por la atención que le brindaron en otra oportunidad?	Frecuencia	Porcentaje
SI	25	83.3%
NO	5	16.7%
Total	30	100.0%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

GRAFICO 23



Fuente: Tabla 23 y Grafico 23

En la tabla 23 y gráfico 23 se interpreta que, el 83.3% regresaría por otra atención, mientras que un 16.7% no regresaría como cliente.

5.2 Análisis y Discusión de los resultados:

5.2.1 Respecto a los representantes legales:

(En la tabla 01) El 50% (6) de los representantes legales son personas adultas ya que sus edades oscilan en más de 45 a 64 años; lo que casi concuerda casi con los resultados encontrados por Chaupin (2016), donde el 42% de los representantes legales de la Mypes estudiadas tienen la edad promedio mayor de 40 años, respectivamente.

(En la Tabla 2) El 66.7% (8) de los representantes legales estudiados son del sexo femenino y el 33.3% (4) del sexo masculino, lo que contrasta con los resultados encontrados por Chaupin (2016), donde los representantes legales de la Mypes estudiadas fueron del sexo masculino en 83% y 17% femenino, en lo que se aprecia que en el giro de negocio de Gestión de calidad enfocada en la atención del cliente rubro, Boticas encontramos mayor cantidad de propietarias, que es todo lo contrario.

(En la Tabla 3) El 66.7% (8) de los microempresarios estudiados tiene grado de nivel técnico, 25%(3) tiene superior universitario completa y el 8.3%(1) secundaria completa, lo que concuerda solo 01 resultado encontrados por Chaupin (2016), en donde los microempresarios estudiados: El 33% tienen educación secundaria completa y el 25% superior universitaria completa y 42% nivel técnico. Estas diferencias podrían deberse a la naturaleza del negocio o rubro a lo que se dedican los microempresarios.

(En la Tabla 4) De los microempresarios el 25% (3) son casados, el 66.7% (8) son convivientes y solo el 8.3% (1) es soltero, motivo por el cual predomina en el distrito de Manantay y casi en todo el Perú la convivencia y que no es un obstáculo para ser emprendedores.

(En la Tabla 5) De los representantes legales el 66.7 % (9) son de nivel técnico(Institutos), y el 25% de universidad, con relación a Chaupin (2016),se iguala en el nivel universitario el porcentaje y en el nivel técnico es menor el porcentaje razón por la cual; en mi investigación los propietarios en su mayoría son de nivel técnico.

5.2.2 Respecto a las Características de la Mypes

(En la tabla 6) De la Mypes se analiza que el 33.3%(4) son empresas aun jóvenes en el mercado, ya que es un distrito reciente y como también hay Mypes ya de más años pero son escasas y también de menos años que son mínimas.

(En la tabla 7) De los trabajadores el 53.3% (2) son permanentes, en lo que pude apreciar que hay un buen recurso humano que pueda garantizar la venta individualizada.

(En la tabla 8) De los trabajadores el 70.6%(2) son eventuales, se analiza que no hay continuidad para el negocio y la no formalización.

(En la tabla 9) Con la formalización el 100% son formales, con relación a Chaupin (2016) se coincide en su totalidad en la formalidad de las Mypes.

(En la tabla 10) De las Mypes la inscritas el 91.7%(11) son personas jurídicas por lo cual es mínimo el riesgo de afrontar problemas al futuro en caso de poder ir a la quiebra.

5.2.3 Respecto a la Calidad

(En la tabla 11) En la capacitación a los empresarios en los últimos 2 años el 50% (2) veces, lo que nos da la confianza en una mype para un buen trabajo.

(En la tabla 12) En el curso que los empresarios se capacitaron en mayor porcentaje en 40%, en atención al cliente motivo que la mayoría de ellos son propietarios y a la vez vendedores en atención al cliente.

(En la tabla 13) Los empleados de la empresa, el 91.7% (12) afirman haber tenido capacitaciones para así desenvolverse mejor en su trabajo laboral y frente a la competitividad.

(En la tabla 14) En los empleados el 39%(9) se capacitó al personal para mejorar la calidad en atención al cliente. Lo que no concuerda con Chaupin (2016), el 75% también capacito al personal en atención al cliente. En farmacología, marketing de ventas y calidad de atención son mínimas las capacitaciones que son muy importantes en las Mypes.

(En la tabla 15) En su infraestructura de las Mypes el 20.6 %(6) solo brinda una ventilación acorde a las normas de almacenamiento decretadas por la DIGEMED.

(En la tabla 16) En el equipamiento el 75% (9) de las Mypes brindan un buen equipamiento, lo que sería a un 100% contar con todo el equipamiento para así poder brindar una buena calidad de atención.

(En la tabla 17) El 100% (12), la totalidad si comercializa productos fabricado mediante proceso estandarizado de producción regulados por la DIGEMID y el 0% no, lo que concuerda con la **Regulación de medicamentos de la Legislación Peruana**; las inspecciones de las instalaciones de los laboratorios y empresas de producción nacional para comprobar el cumplimiento de las buenas prácticas de manufactura y de laboratorio. (Art. 120, D.S. N° 010-97-S.A.).

(En la Tabla 18) El 82% (10) conoce las normas ISO, lo que casi concuerda con (Fernandez, A. 2002), La familia de Normas ISO 9000 del año 2000 está constituida

por tres normas básicas complementadas con un número reducido de otros documentos (guías, informes técnicos y especificaciones técnicas).

5.2.4 Respetto a la Atención del Cliente

(En la tabla 19) El 66.7% (20) de los clientes afirman que es excelente la presentación del servicio por parte del profesional, lo que concuerda con:(Una correcta atención a los clientes en las farmacias), **la apariencia importa y mucho**; el personal encargado en la atención debe tener una presencia honrrosa.

(En la tabla 20) El 90% muestran interés en la atención de los clientes por el profesional, lo que concuerda con (Sevilla 200), en la comunicación con el cliente debemos presentar atención tanto la comunicación verbal como la no verbal.

(En la tabla 21) El 83.4 % (25) afirmaron de los clientes haber recibido un trato amable y cortés por el personal a cargo de la atención, lo que concuerda con:(Una correcta atención a los clientes en las farmacias), **el saludo es lo más importante**; puede ser un simple ¡hola!, ¿cómo le va?, “bienvenido mi nombre es y estoy para ayudarle?

(En la tabla 22) El 90% de los clientes afirmaron haber tenido una satisfacción por parte del personal a cargo de la atención, lo que concuerda con (Chris Denove y James d. Power 2006), en la actualidad la satisfacción del cliente se estima, que son los deseos del cliente sus necesidades y expectativas.

(En la tabla 23) El 83.3% regresaría por otra atención, mientras que un 15% no regresaría como cliente, lo que concuerda con Donabedian A.(1993); Es la participación activa del farmacéutico para la asistencia al paciente en la dispensación y seguimiento de un tratamiento terapéutico, a fin de conseguir resultados que mejoren la calidad de vida del paciente.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Respecto a los representantes legales:

- La mitad de la población estudiada es la etapa adulta constituido por 50.0% de los representantes legales de las mypes encuestadas cuya edad fluctúa entre los 45 a 64 años.
- Se observa que los representantes legales de las mypes predominan el sexo femenino con un 66.7%.
- Así mismo de los encuestados, el nivel técnico predomina con un 66.7%, seguido del universitario de un 25%. alcanzaron los estudios superiores.
- Respecto al estado civil, el 66.7 % de los representantes indicaron ser convivientes.

Respecto a las Mypes:

- De las Mypes encuestadas el 33.3% indica dedicarse a esta actividad desde hace 03 años.
- En cuanto a trabajadores formales 53.3% de las mypes indican tener al menos 2 trabajadores permanentes.
- El 70.6% reconocen tener 02 trabajadores eventuales en sus mype.
- Así también el 100% de las empresas mencionan que las mypes están formalizadas tal como consta en la fuente obtenida por la DIGEMID.
- También se puede argumentar que el 91.7% está constituida como persona jurídica.

Respecto a la Calidad:

- El 50% de los representantes afirma haber obtenido 2 capacitaciones en los últimos 2 años.
- El 40% de ellos afirma tener la capacitación en atención al cliente.
- El 91.7% de los trabajadores aseguro haber recibido capacitación en los 2 últimos años.
- Ellos mencionaron haber recibido la capacitación en atención al cliente un 39.1%, y farmacología 26,1%.
- El 20.6% de las mypes solo cuenta con una ventilación adecuada.
- El 100% de empleados afirman que los medicamentos estar regulados por la DIGEMID.
- El 83.3% de los trabajadores afirma conocer las normas de calidad ISO.

Respecto a la Atención del Cliente:

- El 66.7% de empleados muestran una buena imagen para su empresa.
- El 90% de los empleados muestran interés en la atención.
- El 3.3% de los empleados genera un malestar en el mal trato a los clientes.
- El 10% de los empleados no muestra una atención clara y confiable a los clientes
- El 16.7% no regresaría como cliente y/o usuario a la mypes encuestada.

RECOMENDACIONES:

Al concluir este tema de gran importancia para las empresas se puede recomendar:

Respecto a los representantes legales:

- Se evidencian en las encuestas que el 66.7% son de nivel técnico (instituto), esto nos hace ver que tienen la motivación de desarrollar su Mypes sin tener mucho conocimiento de marketing y negocios, y por lo tanto solo quedaría capacitarse en cursos de actualización, para así convertirse en emprendedores exitosos.
- Fomentar mayor participación de los varones promoviendo la equidad de género que hoy en día se debe dar con más frecuencia.

- Adquirir mejores y mayores niveles educativos, para poder desenvolverse mejor en la sociedad a fin de adquirir mayores habilidades.
- La mitad de la población encuestada es de etapa adulta (45 a 64 años), que esto nos lleva a traer consigo pocos riesgos de quebrar una mypes; porque nos refleja la experiencia a emprender una mypes y se aprovecha su experiencia y dedicación.

Respecto a las Mypes:

- Establecer estrategias de sostenibilidad para mantener a las mypes en un crecimiento constante, y así contribuir con las expectativas de metas y objetivos de la empresa.
- Promover condiciones laborales que les permitan a los trabajadores eventuales obtener la permanencia y la seguridad en la empresa.
- Se recomienda a las mypes implementar estrategias de marketing tales como mejor promoción y ofertas del producto hacia los clientes.
- Que la formalización de las mypes aumenta los costos laborales, como derechos laborales de cada empleador y a la vez tienen mayores beneficios ante cualquier negocio establecido con una institución.

Respecto a la calidad:

- Promover manuales de procedimientos estandarizados en las mypes para la mejora de la calidad de atención del cliente como parte de trabajo.
- Implementar programas de capacitación supervisada a fin establecer niveles de atención especializadas brindadas al personal.

- Seleccionar un personal con un perfil de dominio de inteligencia social, para la atención a los clientes.
- Mantener un equipamiento adecuado y que de preferencia deberían contar con aire acondicionado, para mantener una temperatura óptima para la conservación de los medicamentos (15 a 25 grados).
- Tanto los propietarios y los trabajadores deberían conocer al 100% las normas de ISO.

Respecto a la atención del cliente:

- Incentivar a los trabajadores a mejorar las habilidades y destrezas con respecto a buen trato de atención a los clientes.
- Brindar estrategias nuevas laborales más sostenibles a fin de mantener la fidelización de los clientes y su lealtad.
- También las boticas deberían tomar en cuenta las opiniones de los usuarios, de esta manera poder captar nuevas necesidades y entregar un servicio más completo, las cuales pueden ser por medio de encuestas ya sea presencial, vía telefónica.
- Es esencial que los empleados conozcan de mejor manera las características de la población que se atiende habitualmente en las boticas para poder así brindar de acuerdo al nivel cultural del cliente nuevos servicios que se quiere implementar.

6.1 Referencias bibliográficas

- Barquero, (2007). *Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?, Segunda Edición, de Interamericana de España, 2007, Pág. 1.* Extraído el 06 de Octubre de 2017, de: <http://www.promonegocios.net/clientes/definición>.
- Bastidas, O. y Chilikinga M. (2016). *Factores que influyen en la Satisfacción del Usuario en relación a la Calidad de Atención del servicio de Emergencia del Hospital Francisco de Orellana de Coca, 2015 Ecuador.*
- Berry, L. Bennett, R. y Brown, C.W. (1989). *Service Quality: A Profit Strategy for Financial Institutions. Dow JonesIrwin, Homewood.* Edición española: Calidad de servicio. Una ventaja estratégica para instituciones financieras. Editorial Díaz de Santos, Madrid, 1989.
- Berry, L. (2007). *Un buen servicio ya no basta, cuatro principios para un servicio excepcional al cliente.* Editorial Grupo Normal. Primera Edición 2007.
- Camisón, S. (2006). *Gestión de la Calidad: Conceptos, enfoques, modelos y istemas.* Extraído el 2017, de: <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>.
- Cantú, (2011). “*Medición de la Calidad*”, Tercera Edición, México [Extraído el 05 de octubre del 2017].
- Carrillo. L. (2013). *Concepto de Capacitación.* Recuperado de <http://nolycarrillo.jimdo.com/unidad-1/concepto-de-capacitación>.
- Castillo. C. (2010). *Dirección de Control y Vigilancia Sanitaria.* Octubre de 2010. DIGEMID-MINSA. Perú.

- Cereso. S. G. (2015), *Gestión Administrativa y financiera y su incidencia en la Atención al Cliente de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones*, el Empalme 2012 Ecuador.
- Chiaveato, I. (2009). “*Gestión del Talento Humano*”. Tercera edición. Editorial Mc Graw Hill.[Extraído el 15 de octubre del 2017].
- Chaupin, A. (2016), “*caracterización de la gestión de calidad y formalización de las mypes del sector comercio rubro compra / venta de equipos y suministros de informática en la provincia de Leoncio Prado, período 2015-2016.*” (Tesis pre grado de administración). Recuperado de la base de datos de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Leoncio Prado – Perú.
- Colmenares, O. y Saavedra, J. L. (2007). “*Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio*” Técnica administrativa, ISSN 1666-1680, Vol.6, N° 32.
- Cortez, L. S. (2015) *Calidad del Servicio al Cliente ofrecido en Juzgados Civiles 2015*. Colombia. [Extraído el 12 de octubre del 2017].
- Deming, (1989), *Calidad, productividad y competitividad a la salida de la crisis*. Editorial Díaz de Santos; Madrid. [Extraído el 02 de octubre del 2017].
- Díaz. I. M. (2010). *Modelo de Gestión de Calidad y su Incidencia en la Satisfacción del Cliente del sector comercio rubro ferreterías*, Provincia de Tungurahua, periodo 2010 Ambato- Ecuador.
- Dutka, A.: *Manual de AMA para la satisfacción del cliente*. Ed. Ediciones S.A. Buenos Aires, Argentina, 1998.

- Fernández, H. A. (2002). *Manual y procedimientos de un sistema de calidad ISO9001-2000*. Llanera: Instituto de Fomento Regional.
- García C. (2016), “*formalización de las mypes en el rubro botica en la provincia de coronel portillo, período 2015- 2016*”. .” (Tesis pre grado de administración). Recuperado de la base de datos de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Ucayali – Perú.
- GDT. Asesoramiento Empresarial SA: *Atención al Cliente*. Ed. Confederación de Empresarios de Andalucía. Sevilla, 2000.
- Gonzales, L. C. y Rivas, M.A. (2007). *Guía para la medición directa de la satisfacción de los clientes*. Fundación Valenciana de la Calidad.
- Ishikawa, (1988). *El Control de la Calidad*. [Extraído el 11 de octubre de 2017], de <http://gestiondecalidadenelsectorazucarero.blogspot.pe/2010/10/tesis-gestion-de-calidad-capitulo-ii.htm>.
- Lemes, (2007). *las pymes y su espacio en la economía latinoamericana*. [Extraído el 07 de octubre del 2017], <http://www.eumed.net/eve/resum/07-enero/alb.htm>.
- Lira Mejía, M. (2009). *¿Cómo puedo mejorar el servicio al cliente?* www.hacienda.go.cr:www.hacienda.go.cr/centro/datos/Libro/C%C3%B3mo%20mejorar%20el%20servicio%20al%20cliente.pdf.
- Maldonado, C. A. (2015). *Calidad de Atención percibida por los Usuarios Clientes de consulta externa del Hospital Seguro Social, periodo 2013*. La Paz-Bolivia.
- Naranjo, (2012). *concepto de calidad*. [Extraído el 12 enero del 2017], Disponible en <http://lideramos.blogspot.pe/2012/02/concepto-de-calidad.html>.

- Normas de Calidad de Servicio Farmacéuticos, *Buenas Prácticas de Farmacia*. Informe OMS, Tokio septiembre de 1993. OPS/HSS/HSE 95.01, WHO Pharm. /94.569, OPS/HSS/94.49.
- Oviedo, S. Y Antonello A. (2000). *Administración y Gestión de la Calidad Total en la Farmacia Oficial: TQM una Alternativa para Competir*”. Atención Farmacéutica/ European Journal of Clinical Pharmacy 2000 (in press).
- Rubio, C.R (2016). *La Gestión de Calidad, relacionado con el Servicio de Atención al Cliente en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. 2016*. Chimbote – Perú.
- Sosa, A. (2013). *Conceptos Basicos De Formalización*. Extraído el 24 de Agosto de 2017, de: <https://prezi.com/petkqf1taxhp/conceptos-basicos-de-formalizacion/>.
- Thompson, I. (2005). *La Satisfacción del Cliente*. Extraído el 16 de octubre de 2017, de: <http://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>.
- Vega, C. y Remenyi, A. (1980). *"La Industria Farmacéutica en el Perú: Características y Limitaciones"*, en: Socialismo y Participación, Nro. 10, (en colaboración con María Antonia Remenyi).

ANEXOS



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar el trabajo de Investigación denominada:

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA MYPES DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO BOTICAS DEL DISTRITO DE MANANTAY, AÑO 2017.

ENCUESTA

La siguiente encuesta está estructurada con el fin de recopilar información para realizar la investigación de campo con fines académicos y de Investigación, por lo que se le agradece por su valiosa colaboración en la información.

Encuestador

..... Fecha/...../.....

Razón Social..... RUC N°

I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPES:

1.1 Edad del representante legal de la empresa:

18-29 años.....30-44 años.....45-64 años..... más de 65 años.....

1.2 Sexo: Masculino..... Femenino.....

1.3 Grado de instrucción:

Secundaria completa..... nivel técnico..... Superior universitaria:
Completa.....Incompleta.....

1.4 Estado civil

Soltero...Casado.....Conviviente...Divorciado.....viudo.....Otros.....

1.5 Profesión y/o ocupación.....

II. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES

- 2.1 Tiempo en años que se encuentra en el sector:
1 año...,2 años..... 3 años.... más de 3 años....
- 2.2 Números de trabajadores permanentes.....
1 año...,2 años..... 3 años.... más de 3 años.
- 2.3 Número De Trabajadores eventuales.....
1 año...,2 años..... 3 años.... más de 3 años....
- 2.4 Si se encuentra formalizada su empresa.....
- 2.5 Es persona natural o jurídica.....

III. DE LA GESTIÓN DE CALIDAD.

- 3.1 Cuántos cursos de capacitación ha tenido Ud. En los últimos dos años:
Uno.....Dos.....Tres.....Más de Tres.....
- 3.2 Si tuvo capacitación: En qué tipo de cursos participó Ud.:
Atención al cliente.....ventas.....Flujo de caja.....
Almacén.....Organización del personal en farmacia.....
- 3.3 El personal de su empresa ¿Ha percibido algún tipo de capacitación?
Si.....No.....
- 3.4 En que temas se capacitaron sus trabajadores.
Atención al cliente..... Marketing de ventas.....
farmacología..... Calidad de atención.....
- 3.5 La infraestructura de tu empresa reúne las condiciones de:
- Ventilación adecuada
- Dimensiones de ambientes adecuados para el expendio/exhibición.....
- Señalizaciones de ingreso, egreso, seguridad etc.....
- 3.6 El equipamiento (computadoras, vitrinas, vidriería) es moderno en su farmacia.
Si No.....
- 3.7 ¿Suproducto que comercializa está regulado por la dirección general de medicamentos del MINSA?
Si.....No.....
- 3.8. ¿Ud. como propietario conoce las normas ISO de certificación a la calidad?
Sí.....No.....



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar el trabajo de Investigación denominada

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA MYPES DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO BOTICAS DEL DISTRITO DE MANANTAY, AÑO 2017.

ENCUESTA

La siguiente encuesta está estructurada con el fin de recopilar información para realizar la investigación de campo con fines académicos y de Investigación, por lo que se le agradece por su valiosa colaboración en la información.

Encuestador Fecha.../...../.....

Razón Social.....RUC N°.....

V. ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES

ATENCIÓN A LOS CLIENTES

5.1. La cantidad y presentación del servicio del personal de la Botica al público es:

Excelente.....Bueno.....Regular.....

5.2. ¿Los trabajadores muestran interés en la atención individualizada?

Si..... No.....

5.3. ¿Cómo es el trato que le brindaron los trabajadores a Ud., como cliente?

Amable y Cortez.....Poco amable..... Mal trato.....

5.4. ¿El personal que lo atendió, le brindó una respuesta clara y confiable?

Si..... No.....

5.5 Considera Ud. Que por la atención que le brindaron, regresaría en otra oportunidad.

Si..... No.....

ANEXO 1. Cronograma, Presupuesto y Financiamiento

1. Cronograma de actividades

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACION	
	Julio/Agosto	Septiembre./Octubre.
Introducción	X	
Título	X	
Caracterización del problema	X	
Enunciado del problema	X	
Objetivos	X	
Justificación	X	
Antecedentes	X	
Bases teóricas	X	
Metodología: tipo y nivel de la investigación		X
Diseño de la investigación		X
Universo o población		X
Plan de análisis		X
Resultados		X
Análisis de resultados		X
Referencias bibliográficas		X

2. PRESUPUESTO INVERTIDO (LOCALIDAD: Manantay-Pucallpa).

PRESUPUESTO INVERTIDO DURANTE LA ELABORACIÓN DE TESIS								
DESCRIPCION	MESES DE INVERSION				UNIDAD DE MEDIDA	CANT	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
	JUL	AGO	SET	OCT				
MATERIAL DE ESCRITORIO								
Papel Bond A4 80 gr.				1	Paquete x 500 hojas	2	15.00	30.00
Bolígrafo	2	2		2	Unidad	6	1.00	6.00
Lápiz	2				Unidad	2	0.5	1.00
Clips mariposa de metal	1				Unidad	1	1.50	1.50
Perforador	1				Unidad	1	10.00	10.00
Engrapador	1				Unidad	1	25.00	25.00
USB - 4GB	1				Unidad	1	20.00	20.00
Folder manila		1			Paquete x 10 unidades	1	1.00	10.00
Laptop	1				Unidad	1	1,800.00	1,800.00
Resaltador		1			Unidad	1	1.00	1.00
Corrector		1			Unidad	1	2.5	2.50
Sub total								1,907.00
SERVICIOS DE IMPRESIÓN Y OTROS								
Espiralado				1	Servicio	1	10.00	10.00
Copias		80		100	Servicio	180	0.10	18.00
Internet	6	6	8	10	Horas	30	1.00	30.00
Sub total								58.00
SERVICIOS DE MOVILIDAD								
Gasolina	3	3		4	Galón	10	10.00	100.00
Mantenimiento de Movilidad		1			Servicio	1	25.00	25.00
Sub total								125.00
Alimentación en General	1	1	1	1	Servicio	4	200	800
SERVICIOS DE ALIMENTACION								800
TOTAL								2,890.00

3. **Financiamiento** Para la elaboración del desarrollo del presente trabajo de investigación, así como también todo el gasto incurrido, es autofinanciado.

Registro Nacional de Establecimientos Farmacéuticos - Director Técnico

Información de Filtro

Información de Búsqueda

Buscar

Dato

DISA/DIRESA

Situación

Categoría

Fecha

Dpto

Inicio ...











Provincia

Fin ...

Distrito

[Busqueda Directores Técnicos](#)

Total Registros : 45

Ver	Nº Registro	Cat.	Nombre Comercial	Razón Social	RUC	Dirección	Ubigeo	Sit.	Empadronado
	0023977	BOT	BOTICA SARITA COLONIA	ALMONACID LUNA NATALIA ADELAIDA	10200110361	AV. BELLAVISTA Nº 375 A URB. A.H. SAN FERNANDO	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	SI
	0024289	BOT	BOTICA REGIONAL	CUEVA MEDINA EFRAIN	10096355004	JR. AGUAYTIA Nº 389 URB. AA.HH.SAN FERNANDO	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	SI
	0025479	BOT	BOTICA GALENO	BARDALES AREVALO JANDER	10404910405	AV. FORESTACION/PRIMAVERA MZ. 6 / LT. 1 URB. AA.HH PRIMAVERA II ETAPA	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	SI
	0026140	BOT	BOTICA LAURA BOZO	ORE VILLAR CARLOS JHOSEPH	10405462040	JR.EUCALIPTOS MZ 25 / LT.15 URB. A.H.PROC.DE LA INDEPENDENCIA	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	SI
	0061011	BOT	BOTICA LA PUERTA DE ESPERANZA ES JESUS	LA PUERTA DE DIAZ MARIA ORFELINDA	10000934661	AV. LAS MERCEDES Nº 158 URB. SANTA PETRONILA	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO
	0061068	BOT	BOTICA KEVIN	RAMOS OSORIO GUISELA MAYELA	10207220537	JR. GARDENIAS MZ 1 / LT 16 URB. A.H. 7 DE JUNIO	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	SI
	0061086	BOT	BOTICA TERAN	TERAN GOMEZ PAOLA ORIANA	10400414021	AV. TUPAC AMARU MZ. 7 - LT. 16 / URB. AA.HH. 4 DE JUNIO	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	SI
	0061089	BOT	BOTICA ESPERANZA	ASPAJO JUMACHI GANDY	10454055034	JR. LOS EUCALIPTOS MZ. 30 / LT 06	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	SI
	0061091	BOT	BOTICA BOTICAS ESPERANZA Y SALUD	INVERSIONES Y REPRESENTACIONES ESPERANZA E.I.R.L.	20393631270	AV. LAS MERCEDES Nº 631-A	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO
	0061117	BOT	BOTICA MARKO JARA	GONZALES PASHANASI IBIS MARCELINA	10442872347	AV. VICTOR GRANDA MZ 28 / LI 16 URB. AA.HH. MARKO JARA	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO











Registro Nacional de Establecimientos Farmacéuticos - Director Técnico

Información de Búsqueda		Información de Filtro				
Buscar	Numero de Registro	DISA/DIRESA	Dirección Regional de Salud Ucayali		Situación	Activo
Dato		Categoría	Todos		Fecha	Todos
Busqueda Directores Técnicos		Dpto	UCAYALI		Inicio	
		Provincia	CORONEL PORTILLO		Fin	
		Distrito	MANANTAY			

Total Registros : 45

Consultar

Limpiar

Ver	Nº Registro	Cat.	Nombre Comercial	Razón Social	RUC	Dirección	Ubigeo	Sit.	Empadronado
	0061128	BOT	BOTICA FARMAORIENTE	DUEÑAS SIMON CARMEN ROSA	10430332886	JR. LOS CEDROS MA. P / LT 12 URB. A.H. IVAN SICKIC	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	SI
	0061354	BOT	BOTICA COLONIA SARITA	ALMONACID LUNA NATALIA ADELAIDA	10200110361	AV. SAN FERNANDO MZ 14 / LT 5 URB. A.H. SAN FERNANDO	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	SI
	0061387	BOT	BOTICA NATUR	RIOS UNTIVEROS CHARO MARGOT	10427403888	JR. LAURELES MZ. 16 LT. 12, A.A.H.H. PROCERES DE LA INDEPENDENCIA	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	SI
	0061392	BOT	BOTICA ISABEL	SUYON MANTARI LLITA ISABEL	10441949273	AV. COLONIZACION MZ.A/LT.15 URB. AA.HH. TAHUANTISUYO	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	SI
	0061394	BOT	BOTICA PERFUMERIA LR	ROMERO SANCHEZ LUPE	10430526940	JR. CENTRAL MANANTAY MZ.E / LT.05	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	SI
	0061424	BOT	BOTICA MARIA ROSARIO E.I.R.L. DEL	BOTICA MARIA DEL ROSARIO E.I.R.L. DEL	20352493113	JR. UNION MZ. 02 - LT.13	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	SI
	0061425	BOT	BOTICA MAYKELL	MACHOA MARTIN TANANTA	10001247153	AV. TUPAC AMARU MZ. 16 - LT.01 / URB. LAURA ROSA	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	SI
	0061429	BOT	BOTICA 24 HORAS	S.G.B. 24 H. S.A.C.	20394039439	JR. JOSE BALTA MZ.F - LT.21 URB. AA.HH. 20 DE AGOSTO	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	SI
	0061430	BOT	BOTICA Y BAZAR VIDA Y SALUD	MALQUI MIRIAM SILVIA ADRIANO	10414504413	CALLE RIO BREU Nº 113 URB. / AA.HH. MUNICIPAL FRATERNIDAD	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	SI
	0061441	BOT	INKAFARMA	ECKERD S.A.C. AMAZONIA	20451405129	AV. BELLAVISTA MZ. 31 - LT. 15 A	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA

Registro Nacional de Establecimientos Farmacéuticos - Director Técnico

Información de Filtro

Información de Búsqueda

Buscar
 Dato











DISA/DIRESA Situación
 Categoría Fecha
 Dpto Inicio ...
 Provincia Fin ...
 Distrito

[Busqueda Directores Técnicos](#)

Total Registros : 45

Consultar

Limpiar

Ver	Nº Registro	Cat.	Nombre Comercial	Razón Social	RUC	Dirección	Ubigeo	Sit.	Empadronado
	0061455	BOT	BOTICA COSISE & ESTEBAN	MULTISERVICIOS DENTAL COSISE EIRL	20394057682	AV. TUPAC AMARU MZ.16 - LT.03 / A.H. FRATERNIDAD	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0061458	BOT	BOTICA DERMALAB	CORPORACION DERMATOLOGICA E.I.R.L.	20393669161	JR. PACHACUTEC MZ.31 - LT.9 / A. H. PROCERS DE LA INDEPENDENCIA	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0061463	BOT	BOTICA GREITCHEN	TORRES GARCIA RICARDO	10480615196	JR. LOS CEDROS MZ.LL - LT.03 / AA. HH. IVAN SICKIC	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160006	BOT	BOTICA FARMA	V&J PASCAL SIFUENTES AIDA DEL CARMEN	10429752294	AV. LAS MERCEDES MZ.6 / LT.14 URB. A.H. NUESTRA SEÑORA DE LAS MERCEDES	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160011	BOT	BOTICA FRANCHINI	FRANCHINI PEREZ KARYN KERUMY	10225149203	JR. 8 DE SETIEMBRE MZ.10 / LT.16 URB. A.H. MARTHA CHAVEZ II	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160025	BOT	BOTICA ROSITA	SALDAÑA MANOLI PAIMA ROSITA	10409051079	A.H. LAS LAGUNAS DE MANANTAY MZ.H - LT.7	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160028	FAR	FARMACIA SALUD Y VIDA	PAREDES PEREZ CYNTHIA MAGALY	10441752909	AV. SAN FERNANDO MZ.14 - LT.06	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160033	BOT	BOTICA N&M	DIAZ VEGA MARIA ELVIA	10448772409	AV. AVIACION MZ.23 - LT.3 / URB. A.H. PROCERS DE LA INDEPENDENCIA	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160034	BOT	BOTICA ESTRELLA	GRUPO CORREA HNOS S.R.L.	20393751844	CALLE 4 MZ K-LT.01/ URB. AL COSTADO DE LA CRUZ ROJA	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160036	BOT	BOTICA MENESES	MENESES HUANIO AROLD	10000994389	JR. LAS MERCEDES MZ,E - LT.07B URB. A.H. SANTA PETRONILA	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA



Registro Nacional de Establecimientos Farmacéuticos - Director Técnico

Información de Filtro

Información de Búsqueda

Buscar
 Dato

DISA/DIRESA
 Categoría
 Dpto
 Provincia
 Distrito

Situación
 Fecha
 Inicio
 Fin

[Busqueda Directores Técnicos](#)

Total Registros : 45

Ver	Nº Registro	Cat.	Nombre Comercial	Razón Social	RUC	Dirección	Ubigeo	Sit.	Empadronado
	0160046	BOT	BOTICA COLLAO	COLLAO ELGUERA PILAR ROCIO	10471665652	AV. AVIACION MZ.56 - LT.2 URB. / A.H. PROCERES DE LA INDEPENDENCIA	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160049	BOT	BOTICA BOTIMEDIC	REATEGUI GOMEZ BERTHA LUZ	10444470785	JR. LOS LAURELES MZ.17 - LT.17 / URB. A. H. ROCA FUERTE	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160050	BOT	BOTICA MELANY	INGA JAPA MELANIA	10423286712	JR. SAN FERNANDO Nº 357	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160052	BOT	BOTICA F MEDIC	AMBROSIO HUAMAN MENENDEZ FRAY	10425014981	AV. TUPAC AMARU MZ.N - LT.05 / URB. A. H. JESUS MARIA	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160054	BOT	BOTICA VALERIA	SHAHUANO MOZOMBITE SILVIA GIOVANNA	10432852160	AV. AVIACION Nº 501	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160068	BOT	BOTICA INKAFARMA	ECKERD AMAZONIA S.A.C.	20451405129	CALLE PRIMAVERA MZ. LL - LT.9 / URB. A.H. PRIMAVERA 1º ETAPA	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160074	BOT	BOTICA PERFUMERIA LR	ROMERO SANCHEZ LUPE	10430526940	AV. AVIACION MZ.33 - LT.16 / URB. A.H. PROYECTO INTEGRAL LA PAZ	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160079	BOT	KARIN BOTICAS II	SOLIS ZUÑIGA DAVID MIQUEAS	10727146372	JR. AGUAYTIA Nº 363	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160080	BOT	BOTICA FARMA LEX	ZUTA YALTA LEX TONY	10411837616	JR. LOS NARANJOS Nº 948	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160084	BOT	BOTICA V&L	GUERRERO PANDURO LARIZA	10707934471	H.U. MUNICIPAL MZ.E - LT.9 URB. FRENTE AL MERCADO MAYORISTA	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA



Registro Nacional de Establecimientos Farmacéuticos - Director Técnico

Información de Filtro

Información de Búsqueda

Buscar
 Dato

DISA/DIRESA Situación

Categoría Fecha

Dpto Inicio

Provincia Fin

Distrito

[Busqueda Directores Técnicos](#)

Total Registros : 45

Ver	Nº Registro	Cat.	Nombre Comercial	Razón Social	RUC	Dirección	Ubigeo	Sit.	Empadronado
	0160090	SFAR	FARMACIA DEL POLICLINICO BEATRIZ	MARIA BEATRIZ S.R.L.	20600969063	CAL. 1/TUPAC AMARU MZ.16 - LT.01 URB. POR EL COLEGIO MARCO JARA	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160099	BOT	BOTICA RODRIZ	BARCIA BARDALES OLGA MARY	10463840542	JR. BUENOS AIRES MZ.8 - LT.12 URB. / A.H. 20 DE DICIEMBRE	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160102	BOT	C Y B BOTICA INKAFARG	FARGE ANGULO FREDY ROLY	10442189779	01- AVENIDA - AVIACION Nº S/N URB. / ESSALUD MANANTAY	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160112	BOT	BOTICA NICK-FARMA	SERVICIOS GENERALES NICK-FARMA S.A.C.	20394048934	JR. 28 DE JULIO MZ.L - LT.12 URB. ESQ. TUPAC AMARU	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA
	0160121	FAR	SEKAFAR	RAMOS PINO KARIN	10423962076	AV. COLONIZACION MZ.C - LT.8	UCAYALI/CORONEL PORTILLO/MANANTAY	ACTIVO	NO APLICA

