



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE DEL SECTOR
COMERCIO, RUBRO BOTICAS EN EL DISTRITO DE
PUTINA, PROVINCIA SAN ANTONIO DE PUTINA-2019**

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

AUTOR

**ORTIZ MASCO, ROSMERY
ORCID: 0000-0002-2502-9796**

ASESOR

**CARI CONDORI, DIVÁN YURI
ORCID: 0000-0002-0805-6629**

JULIACA – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Ortiz Masco, Rosmery

ORCID: 0000-0002-2502-9796

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

ASESOR

Cari Condori, Divan Yuri

ORCID: 0000-0002-0805-6629

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

JURADO

Carmen Rosa Zenozain Cordero

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Víctor Hugo Espinosa Otoya

ORCID: 0000-0002-7260-5581

Yan Carlo Quispe Quispe

ORCID: 0000-0001-9944-0687

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Mgr. Víctor Hugo Espinosa Otoyá

ORCID: 0000-0002-7260-5581

Mgr. Yan Carlo Quispe Quispe

ORCID: 0000-0001-9944-0687

Mgr. Cari Condori, Diván Yuri

ORCID: 0000-0002-0805-6629

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, dar las gracias a Dios por bendecirme la vida, por guiarme a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a mis padres Eusebio y Quintina, por ser los principales promotores por creer en mí, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

Gracias a mi universidad, gracias por haberme permitido formarme y en ella, gracias a todas las personas que fueron partícipes de este proceso, ya sea de manera directa o indirecta, gracias a todos ustedes, fueron ustedes los responsables de realizar su pequeño aporte, que el día de hoy se vería reflejado en la culminación de mi paso por la universidad.

RESUMEN

Cómo es la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las MYPE del sector comercio, rubro boticas en el distrito de Putina, provincia San Antonio de Putina – 2019. Objetivo, identificar las características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las MYPE del sector comercio, rubro boticas en el distrito de Putina provincia de San Antonio de Putina 2019, se empleó la metodología de investigación, no experimental – transeccional, de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, para el muestreo no probabilístico se determinó 26 MYPE aplicando el cuestionario estructurado por 27 ítems procesados mediante Likert, donde obtuvimos los resultados relevantes, el 62% no tienen determinado, el personal involucrado en la botica tienen conocimiento sobre el sistema de gestión de calidad, 50% no determina la recopilación de datos apropiados mediante operaciones, con fines de implementar y controlar los procesos, el 62% no monitorea, analiza ni evalúa los procesos de los productos y servicios según el plan, el 69% no identifica nuevos proyectos según las problemas, el 62% no cuenta con el programa de atención al cliente y el 62% prioriza al cliente por encima de todo, se abordó a la siguiente conclusión, se identificó las MYPE en el distrito de Putina, en su mayoría existe un desconocimiento respecto a la gestión de calidad basada en la rueda de Deming, en cuanto a la atención al cliente se identifican las necesidades y expectativas del cliente, una parte no determinan la importancia del cliente para su negocio.

Palabras clave: gestión de calidad, atención al cliente, MYPE.

ABSTRACT

How is the quality management under the customer service approach of the MYPE of the commerce sector, apothecary's shops in the district of Putina, province of San Antonio de Putina - 2019. Objective, to identify the characteristics of quality management under the customer service approach of SMEs in the trade sector, pharmacies in the Putina district, province of San Antonio de Putina 2019, we used the research methodology, non-experimental - transectional, quantitative, descriptive level, For the non-probability sampling, 26 MYPE were determined by applying the questionnaire structured by 27 items processed through Likert, where we obtained the relevant results, 62% have not determined, the personnel involved in the pharmacy have knowledge about the quality management system, 50% do not determine the appropriate data collection through operations, in order to implement and control processes, 62% do not monitor, analyze or evaluate the processes of products and services according to the plan, 69% do not identify new projects according to the problems, 62% do not have the customer service program and 62% prioritize the customer above all, was addressed to the following conclusion, The MYPE were identified in the Putina district, most of them do not know about the quality management based on Deming's wheel, as far as customer service is concerned the needs and expectations of the customer are identified, a part of them do not determine the importance of the customer for their business.

Keywords: quality management, customer service, MYPE.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT	vi
CONTENIDO.....	vii
CONTENIDO DE CUADROS	x
CONTENIDO DE TABLAS.....	xi
CONTENIDO DE FIGURAS	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN LITERARIA	7
2.1 Antecedentes	7
2.2 Bases Teóricas	24
2.2.1 Gestión de Calidad.....	24
2.2.2 Atención al Cliente.....	37
2.3 Marco Conceptual.....	44
2.3.1 Gestión.....	44
2.3.2 Calidad.....	45
2.3.3 Atención.....	46

2.3.4	Cliente.....	47
2.3.5	MYPE.....	48
2.3.6	Sector Comercio.....	49
2.3.7	Boticas y Farmacias.....	49
2.3.8	DIGEMID.....	52
2.3.9	Autoridad de la Salud.....	52
2.3.10	Normas ISO 9001:2015.....	55
III.	HIPÓTESIS	57
IV.	METODOLOGÍA	58
4.1	Diseño de la Investigación	58
4.1.1	Tipo de Investigación.....	58
4.1.2	Nivel de la Investigación.....	59
4.2	Población y Muestra	59
4.2.1	Población.....	59
4.2.2	Muestra.....	59
4.3	Definición y operacionalización de variables	60
4.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	61
4.4.1	Técnica.....	61
4.4.2	Instrumento.....	61
4.5	Plan de análisis	61

4.6	Matriz de consistencia	62
4.7	Principios éticos.....	63
4.7.1	Protección a las personas.	63
4.7.2	Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad.	63
4.7.3	Libre participante y derecho a estar informado.....	63
4.7.4	Beneficia no maleficencia.	64
4.7.5	Justicia.....	64
4.7.6	Integridad científica.	64
V.	RESULTADOS.....	65
5.1	Resultados	65
5.1.1	Gestión de la Calidad.....	65
5.1.2	Atención al Cliente	73
5.2	Análisis de resultados	77
VI.	CONCLUSIÓN.....	82
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	84
	ANEXOS.....	90
	Anexo 1: Cuestionario:.....	90
	Anexo 2: Validación de instrumentos	92
	Anexo 3: Mapa.....	94

CONTENIDO DE CUADROS

Cuadro 1: Obstáculos de las actividades hacia la atención farmacéutica	41
Cuadro 2: Categoría importante de clientes externos.	43
Cuadro 3: Algunas relaciones específicas cliente – proveedor	44
Cuadro 4: Definición y operacionalización de variables	60
Cuadro 5: Matriz de consistencia	62

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1: Dimensión (PLAN) planificar	65
Tabla 2: Dimensión (DO) ejecutar	67
Tabla 3: Dimensión (CHECK) comprobar	69
Tabla 4: Dimensión (ACT) actuar	71
Tabla 5: Dimensión protocolo de atención	73
Tabla 6: Dimensión, principios básicos	75

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1: Ruda de Deming	26
Figura 2: Dimensión (PLAN) planificar.	65
Figura 3: Dimensión (DO) ejecutar.	67
Figura 4: Dimensión (CHECK) comprobar.	69
Figura 5: Dimensión (ACT) actuar.....	71
Figura 6: Dimensión protocolo de atención	73
Figura 7: Dimensión, principios básicos.....	75

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas cumplen un importante papel en la economía a nivel nacional desde diferentes bordes. Para empezar, es el origen de empleo; por ejemplo, en el Perú, ocho de cada diez personas con empleo trabajan en una micro y pequeña empresa y nueve de cada diez compañías son MYPE, lo que las sitúa como mercado relevante para la economía.

La contienda entre empresas es enorme, los clientes están bombardeados y confundidos con tantas ofertas parecidas, los dueños de pequeñas empresas se preguntan ¿Cómo hacer que un cliente elija su empresa? y ¿Cómo lograr que repita su compra? Las respuestas deben lograr que el cliente este satisfecho por medio de una excelente calidad del servicio, no es suerte obtener estos resultados, un verdadero plan de atención al cliente será el único camino para conseguirlo.

Los clientes esperan obtener calidad cuando solicitan y pagan por una cosa u organización en sí misma, no obstante, encuentran personal mal equipado y contradicho con las asociaciones que necesitan vender más y posicionarse en la publicidad de la contienda y, por lo tanto, tienen la alternativa de vender y mal uso.

Como se desarrolla en Guayaquil, el diseño de un Sistema de Gestión de Calidad basado en normas ISO 9001:2015, en similitud a nuestro trabajo de investigación tal como menciona Solórzano (2018), algo semejante ocurre en Cartagena en la investigación de Tembleque (2016), donde ambos coinciden que las normas ISO 9001:2015, les permite implementar un sistema de gestión y así poder establecer los procesos estudiados y conseguir aproximarse las oportunidades y riesgos.

En el ámbito nacional, la economía en el Perú cuyo motor de desarrollo son aquellas MYPE que representan el 19% del producto bruto interno (PBI) del país. Por otra parte,

se desarrolló en Chimbote la calidad de servicio en el área de farmacia a igual a nuestro trabajo de investigación tal como lo indica Revello (2018) naturalmente afirma que clientes no siempre reciben una adecuada atención, también, en Callao (2017) como lo desarrolló Saldaña (2017) Al mismo tiempo, Puente (2018) investigo si los principios de gestión de calidad en la salud, optimizan los procesos. Paralelamente estos estudios se vinculan de una y otra forma llegando a la misma conclusión, en atención al cliente habitualmente la mala atención y gestión de quejas y reclamos, en donde interviene la gestión de atención al cliente.

Por lo demás, investigaciones en el ámbito regional se desarrolló el modelo de gestión para las competitivas de la MYPE de la Región Puno, como lo concluye Catacora (2013) donde dice que las MYPE no se adapta a la calidad mediante gestión, trabajan sin norte ni visión, por otro lado, tenemos a Calderón (2019) desarrolló, de qué manera se desarrolla las MYPE enfocándose en gestión de calidad y así poder satisfacer las necesidades del cliente, de la ciudad de Juliaca, donde afirma que la atención al cliente es pésima donde no practican la gestión de calidad, y por ultimo mencionamos a Portillo (2018) en donde desarrolla el grado de satisfacción del cliente frente a los servicios brindados en las farmacias en la ciudad de Juliaca, en donde concluye que los clientes se encuentran satisfechos a insatisfechos, entonces podríamos observar que en muchos existe la insatisfacción del cliente donde no superan sus expectativas en cuanto al servicio que reciben, ante todo podemos ver que las MYPE en su mayoría no aplican la gestión de calidad y así poder llegar a sus objetivos y brindando una adecuada atención al cliente.

Cabe considerar, que las MYPE a falta de información desconocen los instrumentos de gestión de calidad de acuerdo con las Normas ISO 9001:2015, los objetivos de

calidad como lo ratifica López (2015) donde existes infinidades de instrumentos, materiales donde los representantes de las MYPE pueden educarse e informarse.

En este momento, los visionarios de negocios o jefes del MYPE también deberían concentrar su gestión en la mejor manera de tratar al cliente, familiarizarse con ellos y avanzar más allá de cumplir sus deseos.

La línea de investigación que se aplicó, gestión de calidad de la MYPE en el Perú, donde se tiene identificado la problemática en el distrito de Putina una ciudad alejada de las metrópolis de la ciudad de Juliaca y Puno, posee de 26 boticas en la ciudad de Putina, según la información de la Municipalidad de San Antonio de Putina, se caracteriza; siendo las variables de estudio, observamos la problemática revelado es genérico y es destructivo en el ámbito de los negocios donde no existe la gestión de los procesos hacia la calidad y una atención satisfactoria al cliente, lo que implica que el cliente no es fiel al negocio, creando así un negativo en los deseos del negocio, la dificultad presentada en el informe de investigación no solo perjudica a las micro y pequeñas empresas en el ámbito comercio rubro botica, igualmente es inconveniente en todo el ámbito comercial que para llegar a los objetivos, el cliente es la base fundamental en una organización.

La declaración del problema de investigación es ¿Cómo es la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las MYPE del sector comercio, rubro boticas en el distrito de Putina, provincia San Antonio de Putina – 2019?, entonces mostramos el objetivo general, identificar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las MYPE del sector comercio rubro boticas del distrito de Putina, provincia de San Antonio de Putina 2019, en tal sentido se tiene los objetivos específicos de cada variable, a) detallar las características de la gestión de

calidad en las MYPE del sector comercio, rubro boticas, en el distrito de Putina, Provincia de San Antonio de Putina 2019, b) examinar las características de la atención al cliente de las MYPE del sector comercio, rubro boticas en el distrito de Putina, provincia de San Antonio de Putina 2019.

El estudio realizado se justifica de la siguiente manera: donde nos permitió descubrir las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE del sector comercio rubro boticas del distrito de Putina. Justificación teórica: Esta investigación se realizó con el propósito de aportar al conocimiento existente al ciclo de Deming ratificado por Escudero (2015) también uno de los componentes principales de las NORMA ISO 9001:2015, sobre el uso de las tesis validadas, como instrumentos de evaluación del logro de competencias de indagación científicas en las variables de estudio como la gestión de calidad y atención al cliente, cuyos resultados podrán sistematizarse en una propuesta, para ser incorporado como conocimiento a la ciencia de la gestión de la calidad, ya que se ha demostrado que los usos de la tesis mejoran el nivel de desempeño de la investigación. Justificación práctica, esta investigación se realizó porque existe la necesidad de mejorar el nivel de desempeño de la competencia en las MYPE como también permitirá que los empresarios de este rubro puedan decidir sobre la aplicación de la rueda de Deming y cómo influye en los beneficios de las MYPE. Justificación metodológica, la elaboración y aplicación del estudio se indagó mediante métodos científicos, situaciones que puedan ser investigadas, ya que podrían realizarse futuras investigaciones que utilizaran metodologías compatibles, de manera que se posibilitaran análisis conjuntos, comparaciones entre periodos temporales concretos y

evaluaciones de las intervenciones que se estuvieron llevando a cabo para una gestión de calidad enfocado en atención al cliente en las MYPE.

La metodología que se aplicó en el estudio, fue de diseño no experimental – transeccional, donde se recolecto datos en un solo momento y analizar las incidencias en un momento dado, tipo de investigación fue cuantitativa, considera que el conocimiento debe ser subjetivo, y que este se genera a partir de un proceso deductivo en el que, a través de la medición numérica y el análisis estadístico inferencial, en el nivel de investigación aplicada fue descriptiva, consiste en describir, analizar situaciones, contextos y sucesos.

El estudio de gestión de calidad y atención al cliente fueron aplicadas a una población de 26, MYPE que viene a ser el mismo número de la muestra que representa el 100% de las MYPE, como se mencionó anteriormente la ciudad de Putina está a la distancia de 75 km y la distancia por carretera es de 117.8 km. Tuvimos limitaciones en transporte, la ubicación con los representantes de las MYPE, se encuestó a las 26 MYPE el cuestionario compuesto por 27 ítems, basado en el escalamiento de Likert.

Las variables de estudio están compuestas por gestión de calidad y atención al cliente. Principales resultados obtenidos de la investigación respecto a la planificación el 62% no cuentan con el personal con conocimientos del sistema de gestión de la calidad, respecto a la etapa ejecución, el 50% no recopilan datos apropiados mediante operaciones donde se puede implementar y controlar los procesos, respecto a la etapa de comprobación, el 62% de las boticas no concretizan el monitoreo, análisis ni la evaluación de los procesos de productos y servicios según su plan, respecto a la etapa actuar, el 69% determinan la identificación de nuevos proyectos según las problemas, respecto a la atención de clientes, el 62% cuenta con un programa de atención al

cliente, el 65% de las boticas responden a las necesidades de los clientes mediante sus servicios, el 62% de las boticas consideran al cliente por encima de todo, y el 65% de las MYPE son indiferentes respecto al juicio de calificación de los servicios de parte de los clientes, la conclusión general de la investigación se llegó a una conclusión donde las MYPE en el distrito de Putina, provincia de San Antonio de Putina, no aplican la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, basadas en la rueda de Deming.

Finalmente el informe de tesis está compuesto por seis (VI CAPÍTULOS); en el primer capítulo tenemos una introducción donde muestra la esencia del trabajo, en el segundo capítulo, revisión de literatura mostramos las diferentes bibliografías que se utilizó para el antecedente, marco teórico y marco conceptual, tercer capítulo, hipótesis por el nivel de estudio, no formula hipótesis de investigación, cuarto capítulo, metodología en esta parte de la tesis se aplicó la metodología de investigación 6ta edición de Hernández Sampieri, quinto capítulo, los resultados donde hemos llegado organizando según las variables, y por último para culminar el presente informe de tesis tenemos el sexto capítulo, donde hemos llegado a las conclusiones según las tabulaciones y figuras de los resultados aplicadas a las MYPE.

II. REVISIÓN LITERARIA

2.1 Antecedentes

Solórzano (2018) investigo sobre. Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad basado en la norma ISO 9001:2015 en la escuela Esteban Cordero Borrero (Fe y Alegría). Objetivo: estructurar un Sistema de Gestión de Calidad dependiente de la norma ISO 9001: 2015 que depende del hallazgo operativo de la escuela Esteban Cordero Borrero Fe y Alegría para normalizar los procedimientos de gestión y ofrecer asistencia de calidad a la red. Metodología: estudio con un enfoque mixto, descriptiva, se trabajó con una muestra limitado, se resolvió utilizar toda la población de instructores, personal administrativo y administración, que vendría a ser toda la población de 33 personas, se trabajó con la estadística descriptiva y con un diseño de un check List. Resultados: La escuela no tiene una técnica para evaluar los resultados, la administración demuestra que proporciona los activos según lo indicado por lo que necesita. Solo se observan y estiman los suplentes. Adquiriendo así el 58%, demostrando que hay actividades para mejorar, este segmento obtuvo un resultado del 75%, permitiendo realizar actividades para mejorar. En la conclusión hecha con los modelos de la norma ISO 9001: 2015, era obvio que la escuela tiene numerosas faltas en sus procedimientos y la mejora de un marco de administración de calidad es fundamental. Se adquirió un nivel de consistencia general del 45%. La capacidad general en Gestión de Calidad se adquirió BAJO 45%. Finaliza: El plan de la propuesta que depende de los segmentos 4, 5, 6 del marco de administración de calidad según lo indicado por ISO 9001: 2015, permitirá reconocer y configurar las formas influenciadas, descubriendo cómo abordar los peligros y las aberturas existentes en el Región reguladora de la escuela Esteban Cordero Borrero. La investigación

mencionada apporto positivamente al informe de tesis investigación en relación a la justificación del trabajo de investigación, donde se logró identificar sobre el desarrollo de las Normas ISO.

Urbina (2015) en su tesis estudio. Modelo de Gestión de Calidad en el Servicio de Farmacia del Hospital Básico Privado Durán de la Ciudad de Ambato en el Año 2015. Objetivo: elaborar un Modelo de Gestión de la Calidad en el Servicio de Farmacia de Hospital Básico Privado Duran para mejorar la atención al usuario y disminuir perdidas económicas en el servicio. Metodología; método inductivo – deductivo, modalidad de investigación a llevarse es Cualitativa – cuantitativa debido a que proyectar la característica de la situación actual el tipo de investigación es descriptiva – transversal. Resultado; resulta Es significativo que se complete la administración productiva y que se logre el cumplimiento de clientes, pacientes y diferentes especialistas en el territorio de la clínica de emergencias, a partir del cual fue concebible componer un modelo según los deseos actuales para el elemento de bienestar mencionado anteriormente. Para completarlo está terminado; con el reconocimiento de una recomendación que establece la formación de un manual de calidad junto con varios ejercicios y procedimientos que mejoran la atención y de esta manera la satisfacción del cliente; además, los tipos de evaluación de la empresa introducida para que se puedan hacer revisiones vitales después de algún tiempo, o la diferencia en al menos una variable significativa en el campo de valor en consideración tolerante. El antecedente mencionado apporto en relación a la variable de atención al cliente y relacionado a la salud, en el sector comercio rubro boticas que implica la salud pública.

Como dice Tembleque (2016) en su Proyecto de Implantación. Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015 en la Empresa Pinatar Arena Football Center S.L.

Objetivo: Describa cuando todo esté dicho en el marco de administración de calidad que necesita actualizar en Pinatar Arena Football Center SL e incorpore datos fundamentales reportados sobre el marco, por ejemplo, La extensión, estrategia de calidad, procese el tablero: enfoque dependiente de los formularios . Procedimiento dependiente del Manual "Cómo documentar un sistema de gestión de calidad según lo indicado por ISO 9001: 2015" organizado por Paloma López Lemos (López P.2016). Este manual propone una estrategia que depende de 5 fases. Resultado: han llevado a la mejora de un acuerdo de calidad, manuales de procedimientos, gestión de auditoría interna y preparación de documentación, como técnicas, a la luz de la norma UNE-EN ISO 9001: 2015, para la gestión de calidad de la organización Pinatar Arena Football Centro SL Conclusión: Como último fin, podemos pensar en el reconocimiento del presente. El Proyecto de Último Grado, a la luz de la mejora de la documentación esencial para la creación y ejecución de un Sistema de Gestión de Calidad en un Centro Deportivo, comprende una etapa inicial para el uso de un marco de administración de calidad en una organización genuina que depende de la utilización de Manuales de Proceso , Gestión de Auditoría Interna y Preparación de Documentación, en vista de la norma UNE-EN ISO 9001: 2015, logrando posteriormente una ventaja que es tan importante hoy en día para permitir que se separe del resto de organizaciones dentro de su segmento. El antecedente mencionado, apporto en el trabajo de investigación respecto a la historia de la gestión de calidad del siglo XX, de diferentes autores principales.

Schamal y Olave (2014) en su artículo titulado. Optimización del Proceso de Atención al Cliente en un Restaurante durante Periodos de Alta Demanda. Objetivo abordado Es la decepción de los clientes de un café debido a los largos tiempos de

asistencia en medio de la apelación. Por estas razones, se introduce un sistema de mejora en el plan de acción de un café situado en el puerto de San Antonio, distrito de Valparaíso (Chile). Para alterar la metodología de negocios del restaurante, se utilizó el modelo BMC (Business Model Canvas) y para demostrar el proceso de asistencia al cliente, BPMN (Business Process Modeling Notation) y el esquema SIPOC (Proveedor, Entrada, Proceso, Salida, Cliente).) La investigación de las consecuencias de los modelos permitió realizar movimientos para mejorar la exhibición del proceso de atención al cliente en medio de la apelación, lo que permitió disminuir los tiempos de espera del cliente en un 20%. Se infiere que la mejora propuesta ha permitido expandir la cantidad de clientes a los que el café está equipado para servir, lo que ha logrado un fuerte incremento en las ofertas y la productividad empresarial. El antecedente en el ámbito internacional, nos permitió abordar sobre el tema de negocios, optimización, proceso de atención al cliente, respecto a la variable atención al cliente.

Gallardo y Reynaldos (2014) afirman en su artículo titulada. Calidad de Servicio: satisfacción usuaria desde la perspectiva de enfermería. Su objetivo es investigar los exámenes realizados en el territorio del bienestar con atención en los deseos de discernimiento y administración. Filosofía, se realizó una auditoría integradora que permitió la incorporación concurrente de exámenes cuantitativos (exploratorios y no de prueba) y cuantitativos para comprender más fácilmente la maravilla de la intriga. Resultados, todos los artículos contienen la evaluación del reconocimiento y la naturaleza de las administraciones, de los cuales 15 aluden a administraciones de bienestar. Finaliza, la naturaleza de la administración se ve de varias maneras. Existen diferentes elementos que deciden la impresión de la naturaleza de las administraciones,

uno de ellos es el estado de bienestar de los clientes. El antecedente, incorpora en la investigación al respecto de la administración la satisfacción del usuario y la calidad de servicio, uno de los aspectos relevantes y que mucho caso determina la competitividad y permanencia en el mercado es la calidad de servicio.

Labrador y Medina (2019) en su trabajo de investigación titulada. Diseño de un modelo de gestión de inventarios para droguería Farmashaio, basado en categorización multicriterio ABC/VEN y ABVC/ROTACIÓ. El objetivo principal, fue diseñar e implementar un modelo de gestión de inventarios. La metodología aplicada fue, el análisis de la situación actual dela droguería Farmashaio, análisis y formulación de políticas con base al sistema de clasificación, modelo de revisión de inventario con base a la categorización ABC/VEN y ABC/ROTACIÓN, diseño del modelo de gestión inventario. Análisis de resultado, se puedo apreciar las principales áreas operativas donde manifiestan, el 50% de los casos nacionales proponen una adecuada gestión de conocimiento al personal encargado de la planeación y control de inventarios, el control de almacenamiento se observa la importancia de aplicar técnicas, criterios y métodos como el FEFO, control de fechas y vencimientos las empresas suelen colocar políticas y planes de recuperación, en el control de inventario, proponen aplicar sistemas de revisión y lo hacen acorde a la categoría del medicamento, caso nacional implementar modelo probabilístico de revisión periódica debido a que la demanda varia y propone que dicho modelo este instalado en el mismo software que maneja la empresa. Conclusión, en el momento que Farmashaio implemente el modelo, se sugiere que establezcan un tiempo para actualizar dicho modelo, todo con fin de evaluar el control y proponer estrategias de mejora continua en el proceso de aprovisionamiento. La tesis de Labrador y Medina, aporto de manera excepcional que

se caracteriza por aportar conocimientos e información novedosa sobre el tema de gestión de inventario en una droguería que se relaciona con las boticas y la salud pública.

Citado a Mejía (2019) en su tesis titulado. Sistema de información para la Gestión de Clientes basado en el Modelo CRM para las PYMEs del Sector de la Climatización de la Ciudad de Guayaquil. Objetivo, identificar un modelo de sistema de información CRM aplicable para la retención y recuperación de clientes de las PYMEs que brindan servicio de climatización en la ciudad de Guayaquil. Método, a utilizar es del tipo analítico y sintético su objetivo es lograr una síntesis de lo investigado. Resultados, para poder unificar los resultados de forma general, se procedió a realizar una tabla con una escala de 1 al 100 por ciento, donde se toma como un resultado óptimo de las empresas aquellas que alcancen entre el 75% y 100% de aceptación, aquellas entre el 50% y 75% tendrán una evaluación aceptable, entre el 25% y el 50% se indicará que deben mejorar en su gestión de clientes y aquellas con un indicador entre 0% y 25% son resultados no aceptables dentro del manejo y gestión de sus clientes. Conclusión, las PYMEs en el Ecuador son de gran importancia para el crecimiento económico del país, la mayoría son empresas familiares con gran trayectoria empresarial las cuales generan oportunidades de empleo y brindar servicios especializados. Hay que resaltar en el antecedente mencionada se pudo mostrar respecto a la importancia del CRM, es decir tienen resultados favorables con el uso de gestión de clientes por medio de un sistema CRM en una organización, por lo que apporto al informe de tesis de manera conveniente.

Montenegro (2016) en su informe de prácticas pre profesionales titulado. Estrategias para Mejorar la Calidad de Atención Farmacéutica de los Clientes en

Establecimiento Farmacéutico privado INKAFARMA abril – marzo 2016. Objetivo general; procurar y aplicar habilidades realizadas por el profesional pre-competente en administración y atención gerencial en una fundación farmacéutica privada. La técnica aplicada es distinta porque se trata de un informe, obteniendo los fines según lo indicado por los resultados; El grupo de trabajo en las diversas zonas de la fundación farmacéutica fue coordinado desde el trabajo del químico farmacéutico hasta el de un anfitrión. Se aplicaron convenciones de prorrateo, las claves para conocer los efectos secundarios, el alcance de la manifestación que demuestra no cliché, la proximidad de otro problema médico o prescripción para el tratamiento de patologías de visita progresiva de la población, por ejemplo, enfermedades respiratorias, vías urinarias y contaminación. gastrointestinal, se aplicó un aviso de signo correcto y consideración farmacéutica con una determinación decente del medicamento que no necesita molestar con un medicamento, con el punto de aliviar y atender un problema médico a pedido del paciente, o su derivación al especialista cuando dicha cuestión así lo requiere, se ejecutaron procedimientos para mejorar la naturaleza de la atención al cliente farmacéutico, adquiriendo un incremento monetario en todos los tratos, en tratos de Lam y una expansión en la fidelidad del cliente. El antecedente, apporto de manera sólida sobre cómo está estructurado la organización dentro de un establecimiento de una farmacia o botica en este caso que es nuestro estudio.

Galoc y Guerrero (2018) en su trabajo de investigación titulada. Calidad en la Atención y Satisfacción de Usuarios que acuden a la farmacia de consulta externa en el Instituto Nacional Cardiovascular, Carlos Alberto Peschiera Carrillo - Lima 2018. Objetivo: fundamental para evaluar la conexión entre la naturaleza de la atención y el cumplimiento de los clientes que acuden a la farmacia ambulatoria en el Instituto

Nacional Cardiovascular Carlos Alberto Peschiera Carrillo Lima 2018. Enfoque: Para esto, el examen recibió una prueba no atractiva y atractiva , Correlacional, utilizando el estudio como fuente esencial de datos para un ejemplo de 360 clientes de la farmacia ambulatoria del Instituto Nacional Cardiovascular. Resultados: se infirió que existe una conexión entre la naturaleza de la atención y el cumplimiento de los clientes, estableciendo que el 72.2% de los clientes considera que la consideración es aceptable, luego nuevamente el 83.6% considera que el cumplimiento es aceptable, esto es todo. está dictado por los diferentes punteros, teniendo las desventajas más famosas con respecto a la administración de quejas y casos, con el 36.9% de los clientes que considera habituales y en la hora de consideración con el 31.1% que considera estándar. Aquí es importante el antecedente arriba mencionada, apporto al estudio en relación a la calidad de atención y satisfacción al cliente, donde mostro que el reclamo de quejas es notorio cuando no se aplica o practica la gestión de quejas.

Toral (2019) en su estudio titulada. Gestión del entorno comercial y su relación con la calidad del servicio al cliente en el mercado farmacéutico, Loja – Ecuador. Objetivo: Descomponga la conexión entre la condición comercial y la naturaleza de la atención al cliente en el mercado farmacéutico en la ciudad de Loja. Sistema: Investigación no exploratoria, a la luz del hecho de que la metodología Empírica - Inductiva se aplicó a una población de 204, de los cuales 68 son directores y 136 son fuerza de trabajo de soporte al cliente. Resultados: la evaluación de 57.4% y 68.8%, por separado, en esta línea, los estados generales de la tierra están fundamentalmente relacionados (sig. <0.05) con la naturaleza de la administración dada por el mercado farmacéutico en la ciudad de Loja. Final: muestran que los estados generales de la tierra están fundamentalmente relacionados (Sig. <0.05) con la naturaleza de la administración

dada por el mercado farmacéutico en la ciudad de Loja, la administración de los estados generales de la tierra está fundamentalmente identificada con la naturaleza. de atención al cliente en el mercado, desde el punto de vista de los trabajadores. El examen de la relación muestra que los componentes de los estados particulares del área, rivalidad, proveedores, clientes y estados explícitos de la división, están esencialmente relacionados (Sig. <0.05) con la naturaleza de la administración; Este resultado lleva a tolerar la teoría de exploración. La administración de los estados particulares de la tierra se identifica fundamentalmente con la naturaleza del soporte al cliente en el mercado farmacéutico de la ciudad de Loja - Ecuador, año 2016, desde el punto de vista de los trabajadores. El antecedente citado, dejó en evidencia que, generalmente los clientes tienen una percepción favorable de los elementos tangibles de la fiabilidad, capacidad de respuesta y empatía del servicio, en el entorno de la gestión en atención al cliente, es necesario resaltar que apporto al informe de tesis gradualmente en lo que concierne a la teoría, calidad de servicio ya que este estudio está relacionado con la gestión de calidad.

Rioja (2019) en su investigación titulada. Gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPEs, del sector comercio – rubro venta de ropa para varones, galería 5 continentes, Av. Abancay N°1109, Lima 2018. Objetivo: describir la principal influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las MYPEs del sector comercio – rubro venta de ropa para varones, Galería 5 continentes, Av. Abancay N°1109. La metodología de la investigación fue descriptiva y no exploratoria. Se aplicó una revisión de 26 consultas cerradas a un ejemplo de 30 MYPES. Los resultados son: Acerca de la administración de calidad: el 60% de los MYPES coinciden en que sus artículos no se caen, se ajustan a los detalles y tienen una duración

digna, el 100% de sus artículos acepta el término ofrecido, el 83.33% sigue las determinaciones del artículo, El 100% está completamente de acuerdo con el cliente, es atractivo, cumple con sus preferencias, el gasto del artículo es moderado y el 70% es apático con respecto al artículo asegurado. El 56.7% está de acuerdo en que su artículo es de valor. Sobre las ventajas de MYPES: 100% está totalmente de acuerdo en que el grado de la naturaleza de su artículo, la disminución de los costos, el interés y la coordinación del personal, el nivel de lealtad del consumidor, la mejora de la imagen de la organización, la intensidad y la capacidad de administración se beneficiarán de utilización de los estándares de valor de los ejecutivos. Así que terminamos hay una conexión notable entre GC y las ventajas de los MYPE. El antecedente referenciado de Rioja, apporto al estudio en relación a la metodología ya que en cierta forma existe la relación en el tipo de investigación.

Mongrut (2019) en su tesis de investigación. Gestión de calidad y la formalización de las MYPE del sector comercio - rubro boticas, de la urbanización Zárate, del distrito de San Juan de Lurigancho, 2018. Objetivo: Decidir los principales atributos de la administración de calidad y la formalización de los MYPE del área de intercambio - clasificación de farmacias, de la urbanización Zárate, de la región de San Juan de Lurigancho, 2018. La filosofía de exploración fue subjetiva, no de prueba, gráfica y cruzada. -seccional, un ejemplo de 24 farmacéuticos, se aplicó una encuesta de 31 consultas identificadas con los factores de examen. Los resultados obtenidos fueron: En cuanto a los atributos de los delegados: el 55,6% tiene más de 41 años. El 62.5% de los agentes de MYPE son hombres. El 100% de los agentes tienen un título avanzado. El 100% reclama la organización. El 100.0% de las organizaciones tienen de 1 a 5 especialistas, atributos fundamentales de valor para los ejecutivos: el 100.0%

de las estimaciones de tasa del nivel de administración de calidad es medio. El 100.0% de los farmacéuticos establecen objetivos de calidad. El 100.0% reconoce las necesidades de los clientes. El 100.0% configura los controles en los procedimientos. 100.0% de actividades completas para aniquilar los contrastes entre lo genuino y los objetivos. El 100.0% de las farmacias tienen un marco suficiente. Conclusión del 100%, donde la mayoría de los MYPE tienen cierto grado de formalización, la mayoría de los farmacéuticos ven una administración de calidad.

Revello (2018) en su trabajo de investigación titulado. Calidad de Servicio en el Área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud, 2018. Objetivo fundamental, decidir el grado de Calidad de Servicio en el Área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud, 2018. Procedimiento: Examen transversal sin prueba, se comprende que el ejemplo son 372 personas del Coishco Medical Center. Se utilizaron mediciones atractivas y una prueba de encuesta a escala Likert. Resultados: nos permitieron cumplir con los destinos generales y explícitos. Finaliza: que los niveles más dominantes dentro de la naturaleza de la administración del Área de Farmacia del Centro Médico Coishco EsSalud son los de una clasificación eficaz y competente; Sin embargo, también hay tasas impresionantes en los niveles insuficientes y faltantes, teniendo la opción de certificar que los asegurados que ofrecieron su opinión sobre el asunto presentan varias solicitudes que el Área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud no puede cumplir ciertos eventos. La tesis referenciada, coopera a la investigación respecto a la metodología aplicada ya que contiene un estudio descriptivo donde se estudió la calidad de servicio y puedo mostrar que la calidad de servicio en el área es deficiente, puesto que no practica la calidad de atención al cliente.

Saldaña (2017) en su trabajo de investigación titulada. Calidad de servicio y la gestión de quejas y reclamos en la empresa Inkafarma sede Quilca - Callao 2017. Objetivo: distinguir la relación que existe entre la Calidad de la administración y la Gestión de quejas y reclamos en la cadena de farmacéuticos de Inkafarma ubicada en Quilca callao 2017. Enfoque: plan sin prueba de segmento cruzado de tipo aplicado, atractivo - correlacional. tenía una población absoluta de 30 socios de la fundación farmacéutica, su ejemplo es el registro, se utilizó una encuesta que tenía requisitos previos de legitimidad, a través de la evaluación de las decisiones maestras, se desglosaron con el programa medible SPSS 24. Resultados: dieron un Cronbach alfa de 0.800 y de 0.845 son completamente confiables. teniendo como fin primario la relación crítica que existe entre la naturaleza de la administración y la administración de refunfuños y casos cuya notabilidad es ($p = 0.001$) con un grado de conexión (Pearson $r = 0.889$). Finaliza, tomando como principal fin la enorme relación que existe entre la naturaleza de la administración y la administración de las objeciones y los casos, cuya notable es ($p = 0.001$) con un grado de conexión (Pearson $r = 0.889$). El presente antecedente, en la investigación puedo demostrar que existe una relación significativa entre gestión de servicios y quejas, un elemento central para el presente informe de tesis en relación a la teoría de gestión de quejas y reclamos del usuario.

Como dice Puente (2018) en su tesis de investigación titulada. Aplicación de los principios del Sistema de gestión de la calidad en salud en el Proceso de administración de otorgamiento de derecho en la Dirección de Inspección y Certificación de la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (DIGEMID – MINSA). Objetivo: determinar si la utilización de los estándares de calidad podría mejorar el procedimiento de Autorización para comenzar los ejercicios del Establecimiento

Farmacéutico. Enfoque: plan previo al juicio, el examen nos permite aplicar dispositivos para agilizar el flujo del procedimiento y lograr la consideración del procedimiento dentro del término establecido en el Texto Único de Procedimientos Administrativos del MINSA. Trabajamos con un ejemplo de 23 expertos en bienestar, que hablan con el 100% de los trabajadores en la Unidad Funcional de Almacenes y Droguerías (UFAD) y el territorio de programación de la Dirección de Inspección y Certificación de DIGEMID. Una encuesta como instrumento estaba destinada al surtido de información, que se organizó de acuerdo con los marcadores y las mediciones de este trabajo. El instrumento se utilizó en una sección y prueba de abandono, antes de su aplicación, se aprobó por juicio maestro y se aplicó la calidad inquebrantable de hecho del analista Richardson KR, con una estimación de aprobación de 0.786, dando certeza para su aplicación. Resultados: obtuvimos resultados, podemos afirmar que el procedimiento de Autorización de Operación o Transferencia de Establecimiento Farmacéutico se adelantó en un 41.04%, contrastando los efectos mundiales de la prueba de aprobación con la salida. Decisiones: Con un nivel de certeza del 95%, es muy posible que se certifique que la Aplicación de los Principios del Sistema de Gestión de la Calidad de la Salud racionaliza la viabilidad de la administración otorgada por el establecimiento en un 43.33%. El antecedente referenciado, apporto respeto a la información de DIGEMID – MINSA, ya que el estudio está relacionado con la salud pública.

Albujar (2016) en su trabajo de investigación titulada. Fidelización de clientes y su influencia en la mejora del posicionamiento de la botica "Issafarma", en la ciudad de Chepén. Objetivo: decidir cómo la lealtad del cliente impacta bien el posicionamiento del boticario Issafarma en la ciudad de Chepén, donde se propone como un problema

cómo la fidelidad de los clientes impacta la mejora de la situación del boticario "Issafarma" en la ciudad de Chepén? Enfoque: La configuración del examen aplicado es transversal no experimental, y las estrategias utilizadas fueron: inductivo-deductivo, hipotético-deductivo y analítico-sintético. Para el surtido de información, se aplicó una descripción general a un ejemplo de 81 clientes. Resultados: los destinos del examen se han cumplido de manera aceptable y se ha afirmado la legitimidad de la teoría que construye que "La lealtad del cliente afecta por completo la mejora del posicionamiento del boticario Issafarma en la ciudad de Chepén. Fin: mientras relata los factores Lealtad y posicionamiento del cliente utilizando la investigación correlacional de Spearman, el resultado es que el coeficiente de relación es $Rho = 0.987$, con un nivel de centralidad de $p = 0.000$, siendo inferior al 5% ($p < 0.05$). En este sentido, la legitimidad de la especulación se ha ilustrado, ya que la lealtad del cliente afecta la mejora del posicionamiento del boticario Issafarma, en la ciudad de Chepén. Al evaluar la conducta de los componentes de la lealtad del cliente, se presume que el boticario de Issafarma presenta un nivel significativo de firmeza del cliente. abajo de los elementos del Posicionamiento, se infiere que el Boticario de Issafarma presenta un nivel significativo de si tuating en el escaparate chepenan. La referencia aludida, contribuyo a la investigación respecto a las dimensiones de la fidelización de clientes, principales estrategias los procesos de la fidelización del cliente.

Parra y Rodríguez (2017) el presente artículo titulado. La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones. Está más cerca de las ciencias de la administración. El objetivo es auditar la preparación y su impacto en la calidad dentro de las asociaciones. Al principio, se plantean algunos predecesores identificados con

calidad y preparación; Posteriormente, se realiza una conceptualización de la preparación como un método de preparación en la asociación, por último, la acentuación se establece en la preparación como la premisa de valor de la junta en las asociaciones. Se razonó que la preparación impacta directamente la calidad de la mejora de la información, capacidades y habilidades; contribuyendo al avance de los marcos de valor en la asociación. El presente artículo referenciado, en el estudio de investigación apporto en relación a la capacitación y su efecto en la calidad dentro de la organización.

Teniendo en cuenta a Carrera (2019) en su tesis. Control interno de los inventarios y la rentabilidad de las empresas comercializadoras de productos farmacéuticos en la provincia de Huaura. Se tiene como objetivo principal, demostrar que el control interno de los inventarios influye en la rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos en la Provincia de Huaura. Metodología, es de tipo aplicativo, con método deductivo, un enfoque cuantitativo, y un diseño no experimental y transversal, la población que se aplico es de 105 establecimientos. Resultado, producto de las encuestas realizadas, según muestra aleatoria de la investigación, el 86.75% son boticas, el 89.16%, señala que la organización en la farmacia/botica se encuentra bien definida, el 77.11%, señala que la organización en la farmacia/botica está capacitado y es el idóneo para el trabajo, el 53.01% señala que las actividades de manejo de inventarios que realiza la farmacia no son las adecuadas, el 87.95% señala que los inventarios tienen un buen grado de satisfacción. Conclusión, el control interno de los inventarios si influye en la rentabilidad, así como a través de la gestión de compras, del almacenamiento, y de la gestión de ventas. El antecedente, apporto en el informe de tesis de manera representativa en los paradigmas de gestión y

control, nos proporcionan estrategias básicas aplicables, como ética, prudencia, eficacia y economía para obtener servicios de calidad.

Catacora (2013) en su trabajo de investigación titulada. Modelo de Gestión Para la Competitividad de las MYPEs de la Región Puno. Objetivo: evaluar el modelo de gestión administrativa a través del análisis documental, para determinar la competitividad de las MYPEs en la región Puno. Metodología: estudio deductivo – comparativa se trabajó con las estadísticas elaboradas por INEI y el MITINCE, en cuanto a la población (Nº) MYPEs registradas y las informales mediante la aplicación de encuestas se trabajó con la estadística descriptivo. Resultados: indican que en un 80% no cuentan con el instrumento de la planificación estratégica, a nivel de la región Puno resalto la capacitación técnica con 36.3% y la capacitación, se observó que en la región se tiene una informalidad en un 75% y una formalidad de 25%. El caso de la ciudad de Puno una informalidad de 25.6% y 5.8% de formalidad; Juliaca dispone de 37% de informalidad y 12.3% de microempresas formales. Conclusión: el modelo de gestión de Fred David, nos ha permitido evaluar el estilo de gestión que se venía aplicando en la región Puno y Juliaca donde está el 90% de las MYPEs. Conclusión, indican que las microempresas trabajan en un 80% sin fijar las metas; es decir trabajar sin norte. En algunos casos no saben hacia donde quieren ir en el futuro. La tesis referenciada en el ámbito local nos ayuda en relación a las MYPE en la región Puno, en concordancia a las micro y pequeñas empresas.

Calderón (2019) en su trabajo de investigación titulada. Cómo es la gestión de calidad con el enfoque de servicio de atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Juliaca año 2019. Objetivos: Retrate el acto de valor de los ejecutivos con el punto focal de asistencia al cliente en

el MYPE de la clasificación del área administrativa de alojamientos de dos estrellas en la ciudad de Juliaca en 2019. Sistema: investigación clara, el grado de investigación cuantitativa y plan de no investigación exploratoria: transversal, la población era de 96 clientes, el procedimiento utilizado fue el estudio y la encuesta SERVQUAL como instrumento, organizado por cinco mediciones (componentes sustanciales, confiabilidad, capacidad de respuesta, garantía y compasión) de 22 consultas donde el grado de lealtad del consumidor de posadas de dos estrellas, la información fue preparada en Microsoft Excel. Resultado: "los deseos del cliente contrastan mucho con la administración", que representan el 92% y el 52% de los clientes individualmente, con la información que se deduce de que la asistencia al cliente no es aceptable, obteniendo un agujero de - 1.98; Por lo tanto, se presume que los propietarios son inconscientes de la práctica de administración de calidad bajo el énfasis en la atención al cliente, con decepción en los clientes. El antecedente referenciado, nos aporta respecto al estudio de la gestión, definición, los principios de Deming, entre otros relacionados al tema.

Portillo (2018) en su trabajo de investigación titulada. Grado de satisfacción del cliente frente a los servicios que brinda la farmacia San Pablo - Juliaca – 2017. Objetivo: evaluar la calidad en el servicio para determinar el grado de satisfacción del cliente frente a los servicios que se brinda. Y con estos resultados llegar a la mejora del servicio de la calidad de esta farmacia. Metodología: estudio tipo descriptiva y de corte transversal la muestra está constituida por 96 clientes, se aplicó una prueba de piloto al 15% de la muestra de estudio, procesamiento de la información se utilizó el Microsoft Excel 2013. Resultados: de -0.614 esto quiere decir que la percepción del cliente está por debajo de las expectativas que significa existe insatisfacción en cuanto

al servicio que brinda. Conclusiones: se concluye que los clientes que perciben la atención se encuentran de parcialmente satisfecho a insatisfecho, el grado de insatisfacción en relación a los servicios es de 20.83% quiere decir que los clientes no superaron sus expectativas en cuanto al servicio que reciben, también que la empresa promete, pero no cumple con la expectativa del cliente. El antecedente referenciado, nos aportó en nuestro trabajo de investigación en atención al cliente, referente a los componentes de la calidad en el servicio al cliente.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Gestión de Calidad.

Armendáriz (2019) ratifica. Edwards Deming (1900-1993) Es considerado en Japón como "el padre de la tercera agitación mecánica", ya que sus compromisos con el mercado de la calidad dieron a las organizaciones japonesas otra forma de pensar que los llevó a logros increíbles. Los métodos de Shewart fueron seguidos atentamente en Japón, algo que no ocurrió en los Estados Unidos. A medida que Japón experimentaba recreación después de la Segunda Guerra Mundial, Deming fue bienvenido para dar una progresión de conversaciones sobre el control de los procedimientos de hecho a Deming enmarcado e influenciado a varios diseñadores y jefes en el control medible de los procedimientos e ideas de valor. Estos marcos generalmente se dispersaron por todo el país y, como premio, se hizo el Premio Deming, que es el honor de calidad más estimado. (pág. 11)

2.2.1.1 *Enfoque de sistema para la gestión.*

Garcia, Quispe y Ráez (2003) el principio Sistema enfocado hacia la Gestión está muy relacionado con el enfoque a los procesos, por que plantea el ciclo de mejora

continua de los procesos PDCA o PHVA que significa “Planear–Hacer-Verificar-Actuar”. Un sistema de gestión de la calidad está compuesto por todos los procesos que se interrelacionan entre sí. Estos procesos del sistema de gestión de la calidad comprenden a procesos que directa e indirectamente están presentes en la organización. En una organización, las interacciones pueden ser desde simples a complejas, hasta convertirse en una malla donde hay un continuo flujo de tangibles e intangibles hasta llegar a depender unos de otros y esto se puede ver con claridad en las dimensiones y la figura. (pág. 5)

2.2.1.2 Dimensiones de gestión de calidad.

Las dimensiones de gestión de calidad de acuerdo a DEMING:

(Plan) planificar: usted planifica lo que necesita lograr y qué hacer para lograrlo. Para hacer esto, debe: elegir cuáles son los objetivos: qué debe lograr y por qué. Establezca las estrategias más adecuadas para lograrlo: cómo se harán las cosas, cuándo, dónde y por quién (Armendáriz Sanz, 2019, pág. 11).

(Do) ejecutar: se inicia toda la organización, es decir, el trabajo y las actividades organizadas se completan para lograr los objetivos propuestos en la etapa de organización (Armendáriz Sanz, 2019, pág. 12).

(Check) comprobar: los efectos posteriores de la etapa pasada se estiman y contrastan y los objetivos se establecen en la organización. Esto es para distinguir y reconocer posibles desviaciones, errores cometidos y las causas que los han causado (Armendáriz Sanz, 2019, pág. 12).

(Act) actuar: Las actividades esenciales se configuran para determinar las desviaciones y los errores que se distinguen en la etapa de verificación. A partir de

aquí, se realiza otra organización, hasta que se actualiza la mejora, el resultado demostrado y el procedimiento unido (Armendáriz Sanz, 2019, pág. 12).

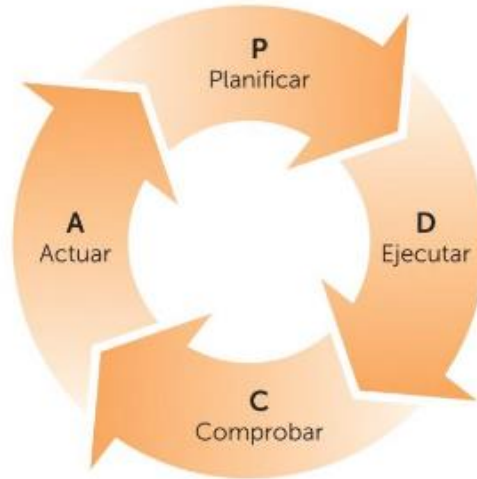


Figura 1: Rueda de Deming

2.2.1.3 Objetivos de calidad.

Según López (2015) los objetivos de calidad son los retos que se marca la organización para su sistema de gestión. Deben ser coherentes con la política de calidad, y estar orientados hacia la mejora continua de la organización y sus grupos de interés. Por otro lado, deben ser definidos en términos medibles y cuantificables, y ser realistas y alcanzables de lo contrario, lo único que generan es frustración y desencanto.

2.2.1.4 Principios de gestión de la calidad.

(Noguez, 2015) un principio de la gestión de la calidad se puede definir como una regla básica utilizada para dirigir y operar una organización. “la NORMAS-ISO 9001:2015” presenta siete principios de gestión de la calidad, que han sido desarrollados para que los directivos de la organización los utilicen para liderar el mejoramiento continuo del desempeño en la organización” (pág. 17). Estos principios de gestión de la calidad son los siguientes:

- Enque al cliente: Declaración “Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes” (pág. 17)
- Liderazgo: “Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización” (pág. 17)
- Participación del personal: “El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización” (pág. 17)
- Enfoque basado en procesos: “un resultado deseado se alcanza eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso” (pág. 17)
- Mejora: Declaración “la mejora continua del desempeño global de la organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor” (pág. 17)
- Toma de decisiones basada en evidencias: “las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información” (pág. 17)
- Gestión de las relaciones: Declaración “una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor” (pág. 17)

En el caso de que solo uno de estos estándares no fuera considerado en la administración de calidad de la asociación, tendría una progresión de desgracias que se reflejan en la diferencia de sus clientes y en los resúmenes fiscales.

2.2.1.5 *Etapas de la evolución de los sistemas de calidad.*

Armendáriz (2019), la época moderna comienza con la Revolución Industrial y, partiendo de este punto, podemos distinguir distintas etapas en la evolución de los sistemas de calidad:

- Primera etapa (finales del siglo XIX hasta 1930): A final del siglo XIX y principios de XX tuvo lugar la Revolución Industrial, que representó el paso del trabajo manual al trabajo mecanizado. A principios del siglo XX surge la figura del supervisor, figura que solía recaer en el mismo propietario de la fábrica.

En 1912 surge el taylorismo, en referencia a Frederick Wilson Taylor. Taylor elaboró un sistema de organización racional del trabajo con maquinaria, las herramientas y la mano de obra mediante la planificación y división racional de tareas, llegando a cronometrar el tiempo empleado en las distintas operaciones a fin de mejorar la planificación. Todo ello incentivando con una retribución en forma de primas al rendimiento para conseguir una mayor implicación de la ejecución; el obrero no piensa, ejecuta el proceso, y la dirección se encarga de planificar, dirigir y organizar los procesos. Esto se recogía bajo los denominados “principios de la administración científica” de Taylor. (Armendáriz Sanz, 2019, pág. 3)

Entonces recordemos, que el sistema de Taylor estaba centrado en la productividad, pensando que así también se aseguraba la calidad, pero en realidad la calidad quedaba

en un segundo plano frente a la productividad. Entre otras cosas porque los inspectores eran subordinados de los encargados.

- Segunda etapa (1930-1949): La máquina y la tecnología aplicada en los países desarrollados eran de un valor incontestable, aunque surgían serios problemas con la productividad del trabajo. Con la Segunda Guerra Mundial la producción en masa de la industria armamentística fue considerada por el Ministerio de la Guerra de Estados Unidos un tema prioritario. Fue Walter Shewarth quien desarrolló unos métodos estadísticos, mediante gráficos de control, para medir y mejorar la estabilidad de la producción en las fábricas y que se aplicaron en la fabricación de armamento militar para la guerra. Junto a Shewarth, trabajaban en esta época Edward Deming y Joseph M. Juran. Uno de los rasgos que caracteriza a esta época es la inspección por muestreo, en lugar de la inspección al ciento por ciento, y que el control garantice no solo detectar fallos en el proceso o productos defectuosos, además de adoptarse medidas correctoras en los procesos. (Armendáriz Sanz, 2019, pág. 4)

Entonces recordemos que; la respuesta a los errores de la etapa anterior fue separar a los inspectores y crear un nuevo estamento donde se reportaban las incidencias y se dictaminaba sobre el producto y su destino.

- Tercera etapa (1950-1979): al principio de los cincuenta aparece una nueva metodología en los sistemas de calidad, conocida como rueda de Deming, aunque desarrollada por Shewharth. Está basada en un ciclo de resolución de problemas y mejora compuesto por cuatro puntos: (Plan) planificar, (Do) ejecutar, (Check) comprobar (Act) actuar. Acontece tras la Segunda Guerra Mundial y con los planteamientos de Juran se planteaba la calidad como la

unión de tres procesos primordiales: la planificación, el control y la mejora continua. Se pasa de la inspección al control de todos los factores del proceso, desde el inicio de la producción hasta la búsqueda de las expectativas del consumidor. (Armendáriz Sanz, 2019, pág. 5)

- Crosby propone el primer programa de gestión de la calidad como tal. Este programa consta de cuatro pilares fundamentales:
 - Definición de calidad.
 - Sistema de prevención de la calidad.
 - Cumplimiento estándar.
 - Medición de la calidad.

Entonces lo que podemos observar que en esta etapa se busca producir con más calidad con el fin de ofrecer el mejor producto para satisfacer las expectativas del cliente.

- Cuarta etapa (década de los ochenta): Se caracteriza por la dirección estratégica de la calidad, según la cual la elaboración de una estrategia que busca el perfeccionamiento continuo de los procesos es el objetivo primordial. Se busca también el conocimiento de las necesidades y expectativas de los clientes para crear un producto que las satisfaga. Todo ello liderado por la alta dirección, responsable, en primer lugar, de la planificación de la estrategia de la calidad, y que debe hacerse extensiva a todos los miembros de la empresa. Empresas como Westinghouse, Kodak o 3M fueron las que empezaron a aplicar la calidad como modelo de gestión. (Armendáriz Sanz, 2019, pág. 7)
- Quinta etapa (desde 1990 hasta hoy): esta etapa se conoce como servicio de calidad total. Desaparece la antigua distinción entre productos y servicio. Lo

que se busca es el valor total para el cliente. La aparición de numerosos modelos de calidad como gestión empresarial es constante y en continua evolución; esto da la idea, a la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM), de crear en 1991 el Premio Europeo de la Calidad, basado en el modelo de calidad total de esta fundación. (Armendáriz Sanz, 2019, pág. 7)

La gestión de calidad se entiende como: “El conjunto de actividades encaminadas a lograr la satisfacción de las expectativas del cliente externo e interno al menor coste posible”.

Analizando esta definición vemos que se puede dividir en tres objetivos:

- La calidad es la satisfacción de las expectativas del cliente: no existe un patrón de referencia, ni son unos resultados objetivos y medibles. Es que el cliente obtenga lo que espera de ese producto o servicio y quien ofrece ese producto y servicio este satisfecho con la prestación o elaboración de ese producto o servicio.
- Cliente externo y cliente interno: el cliente externo es el consumidor del producto o servicio adquirido y el cliente interno son el conjunto de personas que forman parte del proceso de producción o de servicio (producción de servicios). En la elaboración de un producto o servicio se encadenan una serie de actividades que constituyen el proceso. Cada actividad es el resultado de la anterior, a la que se le suma un valor añadido. La exigencia de la calidad es que cada actividad este orientada a satisfacer al receptor de la actividad siguiente hasta desembocar en el consumidor final o cliente externo.
- El menor coste posible: este enfoque va orientado a la eficiencia en los procesos y la optimización de los recursos empleados, tanto materiales como humanos.

Lo que se puede observar es que; la eficiencia, la fiabilidad, y la optimización de los recursos se convierten en uno de los objetivos de la calidad total.

2.2.1.6 Nombres Propios en la Materia de Calidad.

Desde los primeros pasos en la mejora de la producción hasta los actuales sistemas de gestión de la calidad, ha habido una serie de personajes cuyas aportaciones han ido construyendo y cimentando los sistemas de calidad, Armendáriz (2019) menciona a los autores:

Frederick Wilson Taylor (1856-1915) “donde desarrollo la llamada escuela de administración científica cuya preocupación era aumentar la eficiencia de la producción industrial mediante la nacionalización del trabajo de los operarios, aplicado los principios de Taylor” (Armendáriz Sanz, 2019, pág. 8).

Henry Ford (1863-1947) “creo la línea de montaje, lo que le permitió la producción es serie. Esto supuso un avance puesto que permitió la fabricación en grandes cantidades de un producto estandarizado, no artesanal, Ford realizo un sistema que iba desde la producción de la materia prima inicial hasta el producto final, incluyendo además una serie de agencias propias que se encargaban de la distribución comercial. Ford se basó en tres principios” (Armendáriz Sanz, 2019, pág. 8).

Walter Shewarth (1891-1967) “se le considera el creador del control estadístico de la calidad. Fue el primer en desarrollar métodos estadísticos para medir y mejorar la estabilidad de la producción en las fábricas mediante la elaboración de gráficos de control era una herramienta sencilla pero muy efectiva que fue la base para lo que Shewarth llamaba “la formulación de la base científica para asegurar el control económico”. El objetivo era aumentar la productividad y disminuir los errores,

haciendo un análisis del origen de las mermas con el fin de mejorar la productividad y la calidad” (Armendáriz Sanz, 2019, pág. 9).

En 1931 publicó *Economic Control of Quality of Manufactured Product*, que es considerado como una minuciosa y completa exposición de los principios fundamentales del control de calidad.

Armand Feigenbaum (1922-1944) Fue administrador mundial de ensamblaje y control de calidad para General Electric, líder de General System Company y autor y ejecutivo de la Academia Internacional de Calidad. Es autor del libro *Control de calidad total (Control de calidad: principios, práctica y administración)*, distribuido en 1951 y presentado en Europa en 1931 (Armendáriz Sanz, 2019, pág. 9).

El trabajo de Fegenbaum está definido por los tres pasos hacia la calidad y los cuatro pecados capitales.

Edward Deming (1900-1993) Es considerado en Japón como "el padre de la tercera lucha mecánica", ya que su deber de estructura de calidad le dio a las asociaciones japonesas otra perspectiva que los llevó a ganar terreno fenomenal. En Japón, las estrategias de Shewarth se siguieron con atención, algo que no ocurrió en los Estados Unidos. Como Japón se encontraba con otra variante después de la Segunda Guerra Mundial, Deming era libre de dar un movimiento de las discusiones sobre el control de métodos reales. Deming preparó e impartió diferentes creadores y administradores a cargo de estrategias cuantificables y pensamientos de calidad. Estos bordes comúnmente se extendieron por toda la nación y el Premio Deming, que es el respeto al valor más percibido, se otorgó como un premio. (Armendáriz Sanz, 2019, pág. 11).

Deming dio su nombre a un procedimiento llamado la rueda de Deming. Este procedimiento depende de un patrón de pensamiento crítico y mejora, consta de cuatro enfoques.

Joseph M. Juran (1904-2008) “trabajo en los laboratorios Bell junto a Shewarth y Deming. En 1951 publicó su libro *Quality Control Handbook* en el que desarrollaba la trilogía de la calidad, planteada como la unión de tres procesos esenciales: la planificación, el control y la mejora continua” (Armendáriz Sanz, 2019, pág. 13).

Armendaris (2019). El otro gran aporte de Juran fue la aplicación del principio de Pareto a la gestión de la calidad. Por este principio se determina que el 80% de los problemas es causado por el 20% de las causas. Conociendo esto, y siendo capaces de determinar las causas, podemos priorizar el ataque a esas causas que ocasionan la mayoría de los problemas dejando para más adelante solucionar el resto (pág. 13).

El Desarrollo histórico del concepto Gestión de la Calidad, desde la posición de González y Arciniegas (2015) dado: El tema del valor ha experimentado todos los arreglos de originaciones, una gran parte de ellos dependientes de minutos coyunturales, y que finalmente abandonaron el diseño debido a la ausencia de ayuda lógica y aplicación general, como lo indican Bounds et al. (1994), la calidad ha avanzado cuatro veces (pág. 02).

- La inspección, cuyo propósito principal era la detección de los problemas generados por la falta de uniformidad del producto.
- El control estadístico del proceso, con el empleo de métodos estadísticos para la reducción de los niveles de inspección.

- Es aseguramiento de la calidad, cuya filosofía consistió en el involucramiento de todos los actores de la organización en el diseño, planeación y ejecución de políticas de calidad.
- La administración estratégica por calidad total, movimiento que se acerca más al concepto moderno de gestión de la calidad.

2.2.1.7 ¿Que se entiende por gestión de calidad?

Debe entenderse por gestión de calidad el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad; incorporándolo por tanto al proceso de gestión, que es como traducimos el termino ingles “management”, que alude a dirección, gobierno y coordinación de actividades.

ISO 9001:2015 (2018) adiciona: la definición de Gestión de Calidad, es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos mediante el mismo. Así que, antes que nada, tenemos que hacer hincapié en que no se quiere identificar los errores cuando ya se han producido, sino que se deben evitar antes de que ocurran. De ahí su importancia dentro del sistema de gestión de una organización. De nada sirve corregir los errores de forma continua, si no aprendemos de ellos e intentamos anticiparnos a su aparición.

Por una parte, Cuatrecasa & Gonzáles (2017) destaca que, existe algunos conceptos que hay que tener en cuenta a la hora de definir la calidad, que no están incluidos de forma explícita en las anteriores definiciones. La satisfacción plena de los clientes implica no tan solo a los consumidores habituales de un bien, sino que también se consideran todos aquellos empleados, operarios, directivos, proveedores, accionistas, propietarios, etc., que aparezcan involucrados en la calidad.

2.2.1.8 Características Determinantes de la Calidad y su Gestión.

A continuación, exponemos algunos aspectos relacionados con la gestión de la calidad, que deben establecerse como características del sistema de calidad, pautas de actuación u objetivos que alcanzar, (Cuatrecasas & González Babón, 2017, págs. 21, 22, 23).

Por lo que, plantean los siguientes:

- Establecimiento de la calidad y su nivel.
- Información, educación y motivación.
- El liderazgo activo de la dirección.
- Ventaja competitiva.
- Implicación de todos los recursos humanos.
- Los proveedores.
- Ética de la calidad.

2.2.1.9 ¿Por qué deberíamos dedicar tiempo a aprender sobre la planificación de la calidad?

Juran (1990) Muchas corporaciones deberían abordar pérdidas y desperdicios severos cuyo punto de partida principal se encuentra dentro de las deficiencias de la mejor técnica de planificación: pérdida de ingresos debido a la competencia en primera clase. Costes de la mala calidad, incluyendo las quejas de los clientes, pleitos por responsabilidad por los productos, por rehacer el trabajo defectuoso, por los productos, por los productos desechados, y así sucesivamente. El total de estos costes es enorme (pág. 2).

La amenaza a la sociedad. “Los productos de una sociedad industrial contiene la posibilidad de alargar la duración de la vida humana; aliviar a las personas del trabajo

pesado; proporcionar oportunidades para las actividades educativas, culturales y de ocio, y así sucesivamente” (Juran, 1990, pág. 2).

En conjunto, las pérdidas en ventas, los costes y las amenazas a la sociedad se suman a la crisis de la calidad. La crisis ha estimulado a muchas empresas a reexaminar su enfoque de la calidad. Un descubrimiento importante ha sido que sus problemas de calidad se han planificado así, lo que quiere decir que los problemas de la calidad se pueden trazar en gran medida hasta las deficiencias de los métodos utilizados para la planificación de la calidad. Esas deficiencias todavía permanecen. Para eliminar esas deficiencias tenemos que revisar el proceso de planificación de la calidad y así aprender cómo dominar ese proceso revisado. (Juran, 1990, pág. 2)

2.2.2 Atención al Cliente.

Escudero (2015) la atención al cliente, “conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado, se asegure un uso consecuencia del precio, la imagen y la reputación de la empresa” (pág. 2).

El soporte al cliente debe establecerse en la forma de vida de la asociación, entre los atributos más importantes de la asistencia al cliente se encuentran:

2.2.2.1 Servicios para satisfacer al cliente.

La gestión de calidad es una base fundamental para la satisfacción del cliente. Escudero (2015) indica: “a) Ofrecer información, recoger sugerencias, atender reclamaciones b) ofrecer recomendaciones a otros departamentos, registro de reclamaciones, estadísticas” (pág. 6)

Escudero (2015) el servicio al cliente debe estar en base a las culturas de la organización (pág. 6).

- Intangibilidad: implica que no puede reconocer con emociones antes de tener el lugar.
- Inseparabilidad: esta característica están asociadas a la inseparabilidad de los servicios de la persona del vendedor, que es quien produce. Significa que la creación de un servicio puede tener lugar mientras se gasta.
- Heterogeneidad: que las administraciones sean heterogéneas implica que son difíciles de normalizar. Una asistencia similar puede cambiar dependiendo de quién la brinde.
- Es de corta duración: no se puede guardar.

2.2.2.2 Características de los principios básicos.

Escudero (2015) las características de los principios básicos que las organizaciones deberían de tomar en cuenta según Escudero:

- El cliente por encima de todos: el cliente produce las ventajas, por lo que eventualmente solo la atención al cliente ampliará estas ventajas (pág. 6).
- Cumple todo lo que prometas: hay muchas empresas que, mediante el engaño, intentan tratar las ventas o retener clientes, pero ¿qué sucede cuando el cliente se da cuenta? (pág. 6).
- No hay nada imposible cuando se quiere: de vez en cuando los clientes demandan cosas prácticamente impensables; sin embargo, con esfuerzo y ganas puedes lograr lo que se necesita (pág. 6).
- Solo hay una forma de satisfacer al cliente: darle más de lo que espera, el cliente está satisfecho de obtener más de lo esperado, pero ¿cómo lograrlo? Es

concebible lograr esto si usted conoce bien a nuestros clientes, y para esto debe concentrarse en sus necesidades y deseos. (pág. 6).

- Para el cliente, tu marca la diferencia: Las personas que tienen contacto directo con los clientes tienen un deber extraordinario, ya que pueden hacer que un cliente regrese o nunca necesiten regresar. Eso tiene el efecto (pág. 6).
- Fallar en un punto significa fallar en todo: Puede ser que todo funcione de manera consumada, que lo tengamos controlado, al mismo tiempo, en la posibilidad de que caigamos, por ejemplo, en el tiempo de transporte, si el producto se muestra inclinado, o si a la hora de prensado en el par de zapatos cometemos un error e ingresamos un número alternativo, todo eso va al despilfarro (pág. 6).
- Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos: Los propios representantes son "el cliente principal" de una organización y, en caso de que esté molesto, ¿cómo planearíamos satisfacer a los clientes externos? En este sentido, los arreglos de activos deben ir conectados desde la cadera con metodologías de exhibición (pág. 6).
- El cliente hace el juicio sobre la calidad de servicio: la verdad principal es que los clientes son los que en sus mentes y sentimientos pueden calificar, si la administración es aceptable, regresarán, de lo contrario no regresan (pág. 6).
- Por muy buenos que sean un servicio siempre se puede mejorar: Si se logran los objetivos propuestos de administración y cumplimiento del comprador, es importante establecer nuevos objetivos, ya que "la oposición no se rinde (pág. 6).

- Cuando se trata de satisfacer al cliente: todos somos un equipo, el criterio de calidad del servicio lo toma el cliente (pág. 6).

2.2.2.3 *Protocolo de atención empresarial.*

Según Maqueda (2013) La imagen de la asociación tiene mucho que ver con el programa que sigue en sus ejercicios internos y externos. El programa permite la combinación de numerosos principios y prácticas consideradas que ayudan a que las conexiones humanas dentro y fuera del mundo empresarial se realicen de manera compuesta, maravillosa y elegante. Podríamos decir que es un obstáculo contra la repugnante orientación (pág. 37).

La convención de negocios en el campo de actividad de avance de acuerdos es la siguiente:

- Investigación. Estudie los métodos para hacer crecer el mercado para crear acuerdos y soporte de acuerdos en todos los campos, sin embargo, particularmente en el punto de venta.
- Información. Entonces, el último cliente sabe todo lo que puede obtener de los artículos o administraciones que ofrece la organización.
- Entrenamiento. Todas las personas que están ocupadas con actividades de negocios deben tener información sobre las estrategias y técnicas a utilizar.
- Difusión de las estrategias. A la luz de las encuestas estadísticas, las mejores técnicas se dispersarán al personal de los negocios para que puedan utilizarlas con precisión.
- Creación de situaciones. Debemos esforzarnos por crear un gran ambiente para mejorar las ofertas y para apoyar y mantener la condición de avance comercial entre toda la fuerza laboral incluida.

- Mantenimiento de contactos. El cliente debe ver que nos importa el after-deal, todos juntos que podemos mantenerlo y de esta manera tener la opción de hacer nuevos negocios.
- Iluminar permanentemente el mercado con respecto a los puntos de interés y los cambios de mejora que presentamos en nuestros artículos o administraciones.
- Establecer una estrecha cooperación entre las diversas regiones de la organización para respaldar todos los ejercicios que hacemos para organizar el mercado.
- Control de resultados. Desglosaremos las posibles desviaciones entre los indicadores de las actividades de avance comercial, y abordaremos las posibles decepciones existentes para mejorarlas más adelante.

2.2.2.4 Resolución de barreras y dificultades en la implementación de atención farmacéutica.

Según Peretta (2005) Algunos farmacéuticos sienten que el costo del cambio (social, económico, personal y psicológico) puede no ser proporcional al potencial beneficio obtenido. Sin embargo, para algunos farmacéuticos, la resistencia será compensada por el mercado. Muchos farmacéuticos implementarán atención farmacéutica debido a la considerable reducción actual de los márgenes de rentabilidad.

A continuación, se enumeran los factores que dificultan la implementación de atención farmacéutica.

Cuadro 1: Obstáculos de las actividades hacia la atención farmacéutica

Obstáculos Actitudinales Hacia la Atención Farmacéutica
<p>Los siguientes problemas pueden influir en la habilidad del farmacéutico para brindar atención farmacéutica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comprensión inadecuada del significado y los alcances de la atención farmacéutica. 2. Interpretaciones equivocadas y falsas suposiciones. 3. Miedos relacionados con el cambio de papel. 4. Falta de motivación personal.

Fuente: (Marcelo Daniel, 2005, pág. 168).

2.2.2.5 *Gestión de cliente.*

Conexiónsan (2016) Es un procedimiento de confiabilidad del cliente, esto hace que los clientes irregulares se conviertan en clientes firmes que mantienen estrechos vínculos con la organización y que pueden difundir mensajes positivos y atraer nuevos clientes. El cliente, los ejecutivos, también permite verificar, agrupar y estimar la conducta del comprador y, por lo tanto, desarrollar su conocimiento hasta el punto de que puedan ser atendidos de manera seccionada e incluso personalizada.

2.2.2.6 *Clasificación de los Clientes.*

Escudero (2015) afirma. El gran vistazo a las empresas es la lealtad y la confiabilidad del cliente, independientemente de la capacidad de afrontar los esfuerzos y las pertenencias de la asociación en el curso adecuado. En consecuencia, es crucial comprender por dentro y por fuera cuáles son los tipos de clientes únicos y una forma de representarlos para respaldar alternativas que permitan ajustar el pensamiento de la empresa a las particularidades de cada forma de comprador. (pág. 9)

- a) Clientes actuales: Son individuos, organizaciones o asociaciones que realizan compras de la organización todo el tiempo o que se han hecho recientemente. Este tipo de cliente es el que crea el volumen actual de ofertas, y en este sentido es la fuente de pago que la organización actualmente recibe. (Escudero, 2015, pág. 9)
 - Activos, inactivos (vigencia).
 - Compra frecuente, habitual, ocasional (frecuencia).
 - Alto, medio, bajo volumen de compras (volumen de compra).
 - Complacidos, satisfechos, insatisfechos (nivel de satisfacción).
 - Muy influyentes, regular, familiar (influencia).

b) Clientes Potenciales: Hoy en día “el gran reto de las empresas es conseguir la satisfacción de los clientes y la obtención de su lealtad. Por esta razón, es importante tener en cuenta los diferentes tipos de clientes que existen” (Escudero, 2015, pág. 9).

- Compra frecuente, continua y periódica.
- Alto, medio, bajo volumen de compras.
- Muy convincente, normal, familiar.

2.2.2.7 ¿Quiénes son los clientes?

Juran (1990), En una palabra de referencia, "cliente" en su mayor parte implica a las personas que nos compran, es decir, los compradores. Nuestra utilización de la palabra cliente incorpora compradores, pero vamos más allá. Extendimos "cliente" para recordar a todas las personas para quienes influyen nuestros procedimientos y artículos. Esos individuos incorporan clientes internos y externos. ¿Qué tal si investigamos, comenzando con clientes externos? (pág. 7)

a) Clientes externos: el término “cliente externo” Se usa aquí mismo para sugerir a las personas que no son parte de nuestra corporación, pero sobre quienes nuestra mercancía tiene un efecto. El término método de "cliente interno" en humanos no es correcto en un 10 por ciento, pero en gran medida válido (pág. 7).

Cuadro 2: categoría importante de clientes externos, junto con lo que necesitan de nosotros y los que nosotros necesitamos de ellos.

Categoría	Lo que necesitan de nosotros	Lo que necesitamos de ellos
1. Clientes	1. Productos de calidad	1. Ingreso, respeto
2. Propietarios	2. Ingreso, estabilidad	2. Amplio apoyo
3. Los medios de comunicación	3. Historias notables	3. Una buena imagen
4. Las comunidades locales	4. Trabajos, impuestos, buena ciudadanía	4. Abastecimiento, servicios
5. Organismos gubernamentales	5. Conformidad con los reglamentos	5. Protección frente a la competencia desleal, paz y tranquilidad
6. El público	6. Productos seguro, protección ambiental	6. Respeto, apoyo

Fuente: (Juran, 1990, pág. 7).

b) Clientes internos: En una organización enorme hay numerosos clientes internos.

"Vimos algunos modelos en la liquidación ", donde las divisiones internas son clientes de otras oficinas internas. La relación con el cliente del proveedor de interiores también se extiende a todas las personas de la organización (pág. 8).

- División representativa.
- suministros de información a los trabajadores de la división.
- división industrial trabajadores de instalaciones.
- Se separan con flexibilidad de los representantes de la oficina.
- etc. para supervisar gerentes y altos funcionarios.

Cuadro 3: Algunas relaciones específicas cliente – proveedor que se derivan de “la espiral.

Departamento proveedores	Productos principales	Algunos clientes internos
1. Finanzas	1. Extractos financieros	1. Gerente
2. Empleo	2. Contrataciones	2. Todos los departamentos
3. Edición de pedidos	3. Pedidos editados	3. Operaciones
4. Servicios de oficina	4. Espacio de oficina, suministros mantenimiento	4. Todos los departamentos
5. Legal	5. Consejo legal	5. Todos los departamentos

Fuente: (Juran, 1990, pág. 8)

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Gestión.

Vilcarromero (2015) por consiguiente; Es la acción de gestionar y administrar una actividad profesional destinado a establecer los objetivos y medios para su realización, a precisar la organización de sistema, con el fin de elaborar la estrategia del desarrollo y a ejecutar la gestión del personal. Así mismo en la gestión es muy importante la acción, porque es la expresión de interés capaz de influir en una situación dada.

2.3.1.1 Producción.

Los fabricantes producen artículos tangibles, mientras que los productos de servicio a menudo son intangibles. Sin embargo, muchos productos son una combinación de un producto y servicio, lo cual complica la definición de servicio. Según Heizer y Render nos indican que Producción es: “Es la creación de bienes y servicios”.

2.3.1.2 Gestión de la producción.

En la empresa industrial la aplicación de la gestión de producción es la clave para que asegure su éxito. Por lo tanto, en estas empresas su componente más importante, en tanto es fundamental que cuenten con un buen control y planificación para que mantengan su desarrollo en un nivel óptimo.

2.3.1.3 Administrar.

La administración es el proceso de diseñar y mantener un ambiente en que los individuos trabajen en conjunto de manera eficaz y eficiente con el fin de llegar a objetivos específicos.

2.3.2 Calidad.

Carro & González (2012) El significado del valor se reconoce como la totalidad de los aspectos más destacados y los atributos de un elemento o administración que depende de su capacidad para satisfacer las necesidades acumuladas o ciertas (Sociedad Americana para el Control de Calidad) y la muy comparativa propuesta en el estándar ISO universal. 9000 que muestra que la calidad "es" la totalidad de las cualidades de un elemento (proceso, elemento, ser vivo, marco o individuo) que le dan aptitud para cumplir con los requisitos establecidos y comprendidos. (pág. 3)

2.3.2.1 *Importancia de la calidad.*

La calidad dentro de una organización es un factor importante que produce satisfacción para su clientes, trabajadores e inversores, y ofrece aparatos utilices para una administración exhaustiva. Carro y Gonzáles (2012) afirma:

- a) Costos y participación del mercado: las mejoras en calidad llevan a una mayor participación en el mercado y ahorros en los costos por disminución de falta, reproceso y garantías por devoluciones (pág. 4).
- b) Gloria de la asociación: la calidad surgirá de las observaciones que los clientes tengan sobre los nuevos resultados de la organización y, además, de los actos de representantes y asociaciones con proveedores (pág. 4).
- c) Riesgo de artículo: la asociación que planifica y entrega artículos o administraciones inadecuados podría ser objeto de daños o lesiones debido a su utilización. Esto genera enormes costos legales, costos, arreglos o desgracias, y una publicidad que no impide la decepción de toda la asociación (pág. 4).
- d) Ramificaciones universales: durante esta temporada de globalización, la calidad es un problema mundial. Tanto para una organización como para una nación. En una rivalidad exitosa dentro de la economía mundial, sus artículos deben cumplir con los requisitos de costo y calidad (pág. 4).

2.3.3 *Atención.*

La atención al cliente no debería esperar debilitar más en el plazo, sino que sirve para suavizar el trato, prevalecer sobre el cliente y fabricar confianza y una metodología pulida. “El enfoque de asistencia al cliente comienza con la disposición de la administración de la organización; no debe verse como una "cruzada", sin

embargo, debe ensayarse todos los días para que la organización se mantenga dinámica” (Escudero, 2015, pág. 6).

2.3.4 Cliente.

Maturana (2017) sostiene que; Un estudio revela que en el mismo sentido de la hipótesis de Maslow, la gente tiende a alcanzar las necesidades básicas y de seguridad antes de otras necesidades. La percepción de valor del cliente es mucho más que el precio de venta. Esto no es secreto, sin embargo, los comercios históricamente, hasta hoy, han competido por precio, la parte fácil de oferta. Incorporar nuevos conceptos de valor puede resultar más complicado porque requiere prever lo que los clientes consideran más valioso, donde entran en juego aspectos funcionales, emocionales o sociales entre otros.

2.3.4.1 ¿Qué es valor para el cliente?

Delineamos los valores tal como lo sostiene. Alcaide (2015), la razón de cualquier propósito de toda relación con los clientes debe ser el de entregar un valor superior, como lo indicamos a continuación:

- El valor es el resultado de la distinción percibida por medio del patrón entre las ventajas (bendiciones) recibidas y los sacrificios (precios) que implica el uso, posesión o ingesta de un producto o servicio.
- La tarifa para el comprador se puede expresar con la siguiente ecuación: $\text{tarifa} = \text{bendiciones} - \text{tarifas}$.
- Se crea un precio de cliente más alto al aumentar los ingresos y / o disminuir las tarifas.

- Los clientes obtienen beneficios de cuatro activos principales: el producto o servicio básico, los servicios asociados o de soporte, la relación en sí misma y las personas derivadas de la imagen de la agencia de distribución.
- Para su componente, los clientes enfrentan cinco posibles estilos de tarifas: monetario, mental, tiempo, intento y auto-cita.

Los clientes entienden que la conexión en sí misma es un detalle que constituye un valor para ellos.

2.3.5 MYPE.

De acuerdo con la Ley N° 30056, donde señala las medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. “La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por persona: Extracción Transformación de Producción Comercialización de Bienes o Prestación de Servicios Natural Jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades” (EL PERUANO, 2013, pág. 12)

Las características de la Ley: Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecida en función de sus niveles de venta anuales:

- Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeñas empresas: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700. Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Mediana empresa: ventas anuales

2.3.6 Sector Comercio.

La división comercial habla de la fuente fundamental de ocupaciones en la economía del vecindario. El segmento se ha diferenciado y ha obtenido nuevos patrones para lograr la mejora financiera, incorporado y acelerado; equipado para avanzar en una expansión en la cantidad de empleos realizados. Esta división organiza la mejora de otra visión en la que se alcanza el impulso para las pequeñas y medianas empresas con oficinas y activos para avanzar en el trabajo de ayuda.

2.3.7 Boticas y Farmacias.

El sector de venta de medicamentos está ubicado en dos tipos de negocios: Farmacia y Boticas. ¿Pero que los diferencia, si aparentemente venden lo mismo?

En efecto a DECRETO SUPREMO N° 014-SA (2011) los establecimientos Farmacéuticos se clasifican en:

2.3.7.1 Botica.

D.S. N° 014-SA (2011) la botica es el lugar o establecimiento donde un farmacéutico ejerce la farmacia comunitaria o proporciona servicio sanitario a un paciente ofreciéndole consejo, dispensándole medicamentos fruto de este consejo o por receta del médico y otros productos de parafarmacia como productos de cosmética, alimentos especiales, productos de higiene personal, ortopedia, etc. Popularmente a la oficina de farmacia se le suele llamar simplemente farmacia y tradicionalmente se le llama botica. Una oficina de farmacia puede albergar un laboratorio de análisis climático o uno de elaboración de productos medicinales mediante las fórmulas magistrales o preparados oficiales. (pág. 7)

2.3.7.2 Oficina Farmacéuticas.

D.S. N° 014-SA (2011) Farmacias o Boticas. - Oficinas Farmacéuticas en las que se dispensan y expenden al consumidor final productos farmacéuticos, dispositivos médicos (con excepción de equipos biomédicos y de tecnología controlada), o productos sanitarios, o se realizan preparados farmacéuticos. Para que el establecimiento se denomine “farmacia” debe ser de propiedad de un profesional Químico Farmacéutico. (pág. 7)

2.3.7.3 Farmacias de los establecimientos de Salud.

D.S. N° 014-SA (2011) establecimiento Farmacéutico perteneciente a un Establecimiento de Salud público o privado, en el que se brindan los servicios correspondientes a la Unidad Productora de Servicios de Salud – Farmacia, según la normatividad específica y nivel de categorización del Establecimiento de Salud del Ministerio de Salud, Es Salud, las Fuerzas Armadas y la Policía nacional del Perú. (pág. 7)

2.3.7.4 Botiquín.

D.S. N° 014-SA “Establecimiento Farmacéutico dedicado al expendio de productos farmacéuticos, dispositivos médicos o productos sanitarios al usuario final comprendidos en el listado restringido que aprueba la Autoridad Nacional de Productos Farmacéuticos, Dispositivos Médicos y Productos Sanitarios” (PERUANO, 2011, pág. 4).

2.3.7.5 Droguerías.

D.S. N° 014-SA “Establecimiento Farmacéutico dedicado a la importación exportación, comercialización, almacenamiento, control de calidad y/o distribución de

productos farmacéuticos, dispositivos médicos o productos sanitarios” (PERUANO, 2011, pág. 6).

2.3.7.6 Almacenes Especializados.

D.S. N° 014-SA “Infraestructura de un Establecimiento de salud público o de las instituciones que tengan bajo su responsabilidad a estos establecimientos, destinado a almacenamiento y distribución de productos farmacéuticos, dispositivos médicos excepto equipos biomédicos y de tecnología controlada” (PERUANO, 2011, pág. 4)

2.3.7.7 Laboratorios.

D.S. N° 014-SA “De productos farmacéuticos: establecimiento dedicado a la fabricación, envasado, fraccionamiento, acondicionado, reacondicionado, control de calidad almacenamiento o exportación de productos farmacéuticos” (PERUANO, 2011, pág. 7).

2.3.7.8 De dispositivos médicos.

D.S. N° 014-SA “Establecimiento dedicado a la fabricación, ensamblado, fraccionamiento, acondicionado o reacondicionado, control de calidad o exportación de dispositivos médicos” (PERUANO, 2011, pág. 6).

2.3.7.9 Laboratorio de productos sanitarios.

D.S. N° 014-SA “Establecimiento dedicado a la fabricación acondicionado, fraccionamiento, control de calidad, almacenamiento o exportación de los productos cosméticos, artículos sanitarios, productos de higiene doméstica y productos absorbentes de higiene y personal” (PERUANO, 2011, pág. 7).

2.3.8 DIGEMID.

La Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas (DIGEMID) es un órgano de línea del Ministerio de Salud, creado con el Decreto Legislativo N° 548 del 18 de abril del año 1990. (DIGEMID, 1990).

2.3.8.1 *Objetivos de DIGEMID.*

Fundamental, asegurarse de que la población tenga acceso a medicamentos seguros, efectivos y de alta calidad y que estos se usen racionalmente, para lo cual se ha instalado como cobertura:

- Ampliar sus actividades buscando un servicio superior para clientes externos y eventos fascinados.
- Aplique el desarrollo continuo en cada una de sus estrategias.
- Establecer y mantener un Sistema de Gestión de Calidad basado totalmente en el cumplimiento de la norma ISO 9001: 2015 y la ley actual.
- Brinde a las personas la capacitación y los activos esenciales para cosechar los objetivos establecidos.

2.3.9 Autoridad de la Salud.

Robles (2015) Importancia de la capacidad de estandarización de la Autoridad Nacional de Salud para el control de problemas médicos generales. Las naciones tienen dentro de su asociación política un dispositivo estatal que incorpora métodos establecidos para avanzar hacia el tema de la Salud Pública como un aspecto importante del deber que se identifica con la prosperidad de la población. De esta manera, los Estados tienen dentro de sus estructuras políticas órganos explícitamente establecidos para asumir la responsabilidad del bienestar de la junta en sus naciones relacionadas, prestando poca atención a la dirección política de los gobiernos

particulares en control. Las fuerzas de administración del Ministerio de Salud en el Sistema de Salud son las siguientes: en Perú, la estructura del Estado, caracterizada por el sistema legal actual, ha dotado al Ministerio de Salud, como un órgano particular del Poder Ejecutivo. Esta especialización está confirmada por la Ley N ° 27657, Ley del Ministerio de Salud, que expresa explícitamente que es el organismo administrador del Sector Salud (pág. 6).

LEY N° 27567 (2002) las competencias de rectoría del Ministerio de Salud en el Sistema Nacional de Salud, son las siguientes:

- Examen y reconocimiento de las circunstancias de bienestar y sus determinantes.
- La mejora de estrategias y técnicas para organizar problemas, poblaciones y mediaciones.
- La investigación, preparación y evaluación de enfoques de bienestar general.
- La verbalización de los activos y los artistas intersectoriales abiertos y privados que pueden contribuir a lograr los destinos de los enfoques de bienestar general.
- Coordinación con asociaciones multilaterales y recíprocas para la participación especializada y presupuestaria, que harán su trabajo considerando la estrategia sectorial.
- La incorporación del área en los establecimientos de coordinación de bienestar territorial y subregional.
- El giro de los eventos y la mejora de la promulgación del bienestar nacional, a través de la guía de las leyes y la actividad autorizada.

- La investigación y la directriz especializada de la disposición de las administraciones de bienestar, la acreditación de fundaciones, la afirmación y la recertificación de los militares de expertos en bienestar.
- La evaluación de los sistemas nacionales para verificar y evaluar procedimientos, elementos y el efecto de las intercesiones sectoriales.
- La evaluación y control de las innovaciones de bienestar.
- El plan y la ejecución de enfoques de investigación de bienestar, giro mecánico de eventos y dispersión de datos lógicos especializados.
- El significado de las medidas para la porción de activos que se otorgarán a organismos abiertos descentralizados o descentralizados para el arreglo de las administraciones de bienestar.
- La armonización de la actividad y los planes ejecutivos de varios cuerpos abiertos descentralizados o desconcentrados.
- El significado de la sustancia de las administraciones fundamentales de bienestar general que son deber del Estado.
- Participación especializada en sustancias descentralizadas o descentralizadas para el mejoramiento de sus tareas de brindar administraciones de bienestar.
- El significado de los sistemas redistributivos de gasto actual y gasto de especulación para compensar las imperfecciones y disparidades creadas por los procedimientos de descentralización.
- La base de los sistemas de acuerdo o administración de los deberes ejecutivos que se completan como la razón para designar las administraciones y los activos.

- El avance de la forma de vida de bienestar, capacitación y datos de bienestar para la población.
- El avance de la barrera de los privilegios de los residentes en el bienestar.
- El significado de la estrategia relacionada con el dinero para atraer, supervisar y distribuir activos para el bienestar, de acuerdo con los objetivos, las necesidades y las intercesiones organizadas.
- Protección relacionada con el dinero para servicios médicos individuales y agregados.
- La administración y directriz de los organismos descentralizados que controlan y regulan la disposición de la administración del bienestar a través de sus oficinas de bienestar.

2.3.10 Normas ISO 9001:2015.

Noguez (2015) La NORMA ISO 9001: 2015 se distribuyó el 23 de septiembre de 2015. Actualmente es importante comenzar con el trabajo de cambio, que no es un simple recado. La nueva ISO 9001 2015 trae cambios significativos, a pesar del hecho de que lo más notable es la unión de los riesgos a los ejecutivos o la metodología basada en riesgos en los Sistemas de Gestión de Calidad. A pesar de que es un procedimiento que normalmente se aplica en asociaciones, hasta este momento no estaba alineado con el SGC. La norma ISO 9001 versión 2015 ya podría ejecutarse en una asociación, a pesar del hecho de que hay un período de progreso de 3 años particularmente aplicable para las personas que tienen un respaldo actual bajo ISO 9001: 2008.

Es importante no dejar todo el trabajo hasta el final del período de referencia, ya que puede poner en peligro el testimonio de calidad de su asociación. Es la base del

Sistema de Gestión de la Calidad - SGC. Es una norma internacional que se centra en todos los elementos de la gestión de la calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permite supervisar y mejorar la naturaleza de sus artículos o administraciones. Los componentes de la norma ISO 9000:2015 se sustentan en 7 principios de la gestión de la calidad:

- Enfoque al cliente.
- Liderazgo.
- Participación del personal.
- Enfoque basado en procesos
- Mejora.
- Toma de decisiones basada en la evidencia.
- Gestión de las relaciones.

III.HIPÓTESIS

Según, Hernández (2014) como lo indica en su libro de Metodología de la investigación, argumenta que cuando es una investigación descriptiva, no es necesario formular hipótesis de investigación, ya que estas se descubren al finalizar dicho estudio, por lo consiguiente en el informe de tesis no se formula hipótesis (pág. 104).

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la Investigación

Para la elaboración del informe se aplicó el diseño No Experimental – Transeccional. En este diseño se recolecto datos en un solo momento, en un tiempo único, el propósito fue describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

a) **No Experimental:** por lo que no hemos manipulado las variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos. “Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos” (Hernández Sampieri, 2014, pág. 152).

b) **Transeccional:** se recolectó datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito fue describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. “Su objetivo indagar la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o más variables en una población, son estudios puramente descriptivos” (Hernández Sampieri, 2014, pág. 155).

4.1.1 Tipo de Investigación.

Es cuantitativa, implica el uso de herramientas de PC, hechos y matemáticas para obtener resultados, es concluyente en su propósito porque trata de cuantificar el problema. “Considera que el conocimiento debe ser subjetivo, y que este se genera a partir de un proceso deductivo en el que, a través de la medición numérica y el análisis estadístico inferencial” (Hernández Sampieri, 2014, pág. 4).

4.1.2 Nivel de la Investigación.

Es descriptiva, consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar como son y se manifiestan de las preguntas planteadas. “Estudio descriptivo busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (Hernández Sampieri, 2014, pág. 92).

4.2 Población y Muestra

4.2.1 Población.

Según Hernández, “la población es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (2014, pág. 174).

Según información de la Sub Gerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad Provincial de San Antonio de Putina, la población está integrada por veinte y seis (26) MYPE en el ámbito comercial en las boticas del distrito de Putina.

4.2.2 Muestra.

Hernández (2014) afirma, “que las muestras no probabilísticas seleccionan individuos o casos “típicos” sin intentar que sean estadísticamente representativos de una población determinada” (pág. 189).

La muestra en del informe de investigación se aplicó por el método de muestreo no probabilística, en vista que la población en estudio no fue considerable, ante el escaso número de sujetos, no es necesario extraer una muestra estadista en este caso nuestra muestra fue dirigida al 100% de la población de las MYPE en el ámbito comercial en las boticas del distrito de Putina.

$M \longrightarrow O$

Donde:

M = Muestra conformada por las 26 MYPE encuestadas.

O = Observación de variables: Gestión de calidad y atención al cliente.

4.3 Definición y operacionalización de variables

Cuadro 4: Definición y operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de Calidad	Armendáriz (2019) ratifica el ciclo de Edwards Deming, en la Tercera etapa (1950-1979). Al principio de los cincuenta aparece una nueva metodología en los sistemas de calidad, conocida como rueda de Deming , aunque desarrollada por Shewhart . Está basada en un ciclo de resolución de problemas y mejora compuesto por cuatro puntos: (Plan) planificar, (Do) ejecutar, (Check) comprobar (Act) actuar.	Se establecen las actividades del proceso, necesario para obtener el resultado esperado, la exactitud y cumplimiento de las especificaciones a lograr. (Armendáriz Sanz, 2019)	(Plan) planificar	Plan Recolección de datos Procesos	<p>Escala</p> <p>Nominal</p> <p>Medición</p> <p>Cuestionario Likert</p> <p>1. Muy de acuerdo</p> <p>2. De acuerdo</p> <p>3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>4. En desacuerdo</p> <p>5. Muy en desacuerdo</p>
		Se realizan los cambios para implantar la mejora propuesta. (Armendáriz Sanz, 2019).	(Do) ejecutar	Implementación Verificación	
		Los datos de control son recopilados y analizados, comparándolos con los requisitos especificados inicialmente, para saber si se han cumplido. (Armendáriz Sanz, 2019).	(Check) comprobar	Monitoreo Evaluación de diferencias Revisión Documentos	
		recopilar lo aprendido y a ponerlo en marcha. (Armendáriz Sanz, 2019).	(Act) actuar	Acción Comunicación identificación	
Atención al Cliente	Escudero (2015) la atención al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado, se asegure un uso consecuencia del precio, la imagen y la reputación de la empresa (pág. 2). Servicios para satisfacer al cliente, Características de la atención al cliente, Principios básicos. Clientes, actuales, potenciales.	El cliente por encima de todos, el juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente (Parra & Rodríguez, 2017). Clientes actuales y potenciales (Escudero, 2015).	Principios básicos	Cliente Cumplimiento Calidad Servicio	
		Maqueda (2013), La imagen de la asociación tiene mucho que ver con el programa que sigue en sus ejercicios internos y externos. El programa permite la combinación de numerosos principios y prácticas consideradas. Podríamos decir que es un obstáculo contra la repugnante orientación (pág. 37).	Protocolo de atención	Programa Necesidades Capacidad	

Fuente: Elaboración a base de los objetivos, variables, dimensión, indicadores, medida e instrumentos de aplicación.

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el presente informe de investigación se aplicaron el cuestionario que consiste en un conjunto de ítems respecto a dos variables y planteamiento del problema.

4.4.1 Técnica.

Se encuestó a las MYPE, mediante entrevista personal. “Las entrevistas implican que una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas. Su papel es crucial, resulta una especie de filtro” (Hernández Sampieri, 2014, pág. 233).

4.4.2 Instrumento.

Cuestionario estructurado en base a escalamiento de Likert. Hernández (2014) afirma, “que son aquellas que contienen ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto” (pág. 238).

4.5 Plan de análisis

Los procesos se realizaron con la finalidad de recabar información y así alcanzar los objetivos de la investigación, siguiendo el siguiente procedimiento:

- Instrumento basado en escalamiento de Likert, formuladas de 27 ítems.
- Se aplicó las encuestas previa coordinación con los responsables o dueños de las MYPE del sector comercio rubro botica del distrito de Putina.
- Se registró la información obtenida en los cuestionarios, mediante una entrevista personal.
- Se realizó el análisis de datos estadísticos descriptiva de las MYPE, realizando el diseño de las tablas y figuras posteriormente se procesó utilizando las herramientas estadísticas, tabla de frecuencias, utilizando las herramientas tecnologías como el Microsoft Office Excel versión 16.

4.6 Matriz de consistencia

Cuadro 5: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	POBLACIÓN Y MUESTRA	MÉTODOS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS PROCEDIMIENTOS
Problema General	Objetivo general			Población		
¿Cómo es la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las MYPE del sector comercio, rubro boticas en el distrito de Putina, provincia San Antonio de Putina – 2019?	Identificar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las MYPE del sector comercio, rubro boticas del distrito de Putina, provincia de San Antonio de Putina 2019.	Hernández (2014) como lo indica en su libro de Metodología de la investigación, argumenta que cuando es una investigación descriptiva, no es necesario formular hipótesis de investigación, ya que estas se descubren al finalizar dicho estudio, por lo consiguiente en el informe de tesis no se formula hipótesis.	Variable 1: Gestión de Calidad Variable 2: Atención al Cliente	Según Hernández, “la población es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (2014, pág. 174) Según información de la Sub Gerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad Provincial de San Antonio de Putina, la población está integrada por veinte y seis (26) MYPE en el ámbito comercial en las boticas del distrito de Putina	Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptiva Diseño: No experimental Transeccional	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Escalamiento de Likert Plan de análisis Se realizó el análisis de datos estadísticos descriptiva de las MYPE, realizando el diseño de las tablas y figuras posteriormente se procesó utilizando las herramientas estadísticas, tabla de frecuencias, utilizando las herramientas tecnologías como el Microsoft Office Excel versión 16.
	Objetivos específicos <ul style="list-style-type: none"> • Detallar las características de la gestión de calidad en las MYPE del sector comercio, rubro boticas, en el distrito de Putina, Provincia de San Antonio de Putina 2019. • Examinar las características de la atención al cliente de las MYPE del sector comercio, rubro boticas en el distrito de Putina, provincia de San Antonio de Putina 2019 			Muestra Hernández (2014) afirma, “que las muestras no probabilísticas seleccionan individuos o casos “típicos” sin intentar que sean estadísticamente representativos de una población determinada” (pág. 189) La muestra en el presente proyecto de investigación se aplicará por el método de muestreo no probabilística, en vista que la población en estudio no es considerable, ante el escaso número de sujetos, no será necesario extraer una muestra estadista en este caso nuestra muestra será dirigida al 100% de la población de las MYPE en el ámbito comercial en las boticas del distrito de Putina		

Fuente: Elaboración a base de la conexión lógica y coherencia entre el título, problema, objetivos, hipótesis, variables, población, metodología e instrumentos de investigación.

4.7 Principios éticos

En el presente proyecto de trabajo de investigación será dirigida a las MYPE del sector comercio rubro boticas del distrito de Putina, provincia de San Antonio de Putina, está fundamentada en los siguientes principios éticos según ULADECH (Chimbote, 2019, págs. 2,3,4).

4.7.1 Protección a las personas.

La ULADECH establece la protección hacia los investigados “La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtenga un beneficio” (págs. 2,3,4).

4.7.2 Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad.

ULADECH (2019) Las investigaciones relacionadas con el entorno, las plantas y los animales deben tomar medidas para evitar daños. La investigación debe apreciar el honor de los animales y cuidar el entorno, que incluye flores, por encima de las funciones clínicas; Para hacer esto, deben tomar medidas para evitar daños y planear movimientos para disminuir los resultados perjudiciales y maximizar las ventajas (págs. 2,3,4).

4.7.3 Libre participante y derecho a estar informado.

La universidad ULADECH indica la libre participación de la información en la investigación “Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia” (págs. 2,3,4).

4.7.4 Beneficia no maleficencia.

Dentro de los principios éticos “Se debe asegurar el bienestar de la persona 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” (págs. 2,3,4).

4.7.5 Justicia.

ULADECH (2019) El investigador debe ejercer un juicio asequible y asequible y tomar las precauciones importantes para garantizar que su cerebro y las limitaciones de sus habilidades y conocimientos no conduzcan ni toleren prácticas injustas. Se diagnostica que la equidad y la justicia otorgan a todos los humanos que colaboran dentro de la investigación el derecho de ser admitidos a sus resultados. El investigador también está obligado a tratar equitativamente a las personas que participan en los procedimientos, métodos y servicios asociados con la investigación (págs. 2,3,4).

4.7.6 Integridad científica.

ULADECH (2019) La integridad o la rectitud ya no deben gobernar mejor el interés clínico de un investigador, sino que deben aumentar sus actividades de enseñanza y ejercicio experto. La integridad del investigador es particularmente relevante cuando, principalmente en función de los requisitos morales de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y ventajas de capacidad que pueden tener un efecto en las personas que participan en una investigación. Del mismo modo, se debe mantener la integridad clínica al afirmar conflictos de pasatiempo que puedan afectar el curso de un vistazo o la conversación sobre sus consecuencias (págs. 2,3,4).

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

5.1.1 Gestión de la Calidad

Tabla 1

Dimensión (PLAN) planificar

	La botica involucra a la gente comprendido o con el SGC.		Se recopila los datos disponibles de riesgos y oportunidades		La botica planifica según lo comprendido a las necesidades del cliente		Se estudia exhaustivamente los procesos involucrados, como las políticas de calidad.		La botica desarrolla el plan para el entrenamiento o del personal	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy de acuerdo	0	0%	1	4%	4	15%	0	0%	0	0%
De acuerdo	5	19%	9	35%	13	50%	4	15%	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	62%	11	42%	5	19%	16	62%	12	46%
En desacuerdo	4	15%	5	19%	4	15%	6	23%	11	42%
Muy en desacuerdo	1	4%	0	0%	0	0%	0	0%	3	12%
Total	26	100%	26	100%	26	100%	26	100%	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPE.

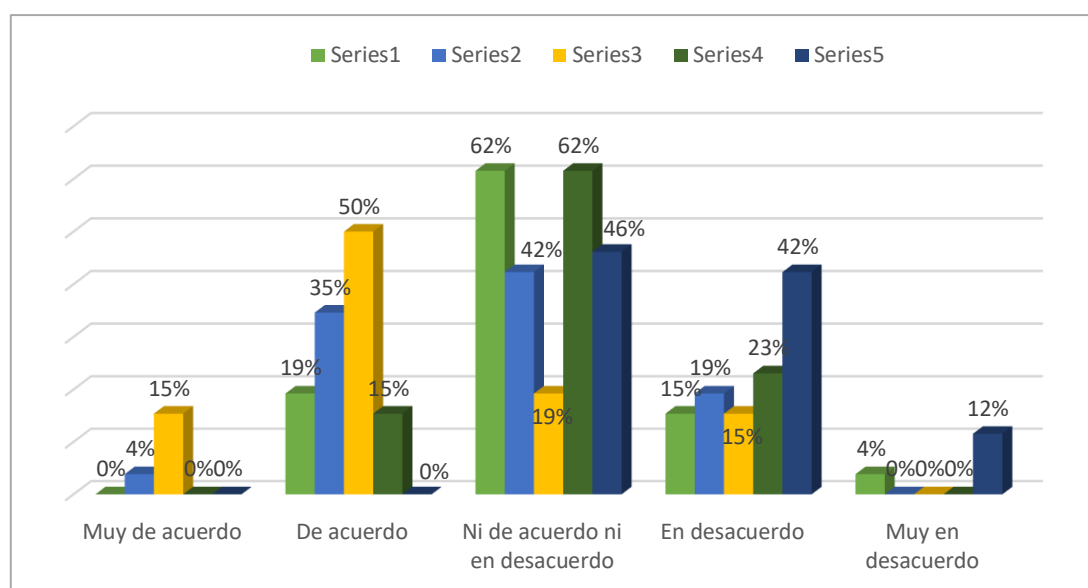


Figura 2: Dimensión (PLAN) planificar.

Fuente: Tabla 1.

Interpretación:

El análisis correspondiente a la tabla 1 y figura 2, respecto a la variable gestión de calidad, dimensión (PLAN) planificar, ítem, la botica involucra a la gente comprendido con la gestión de calidad, del total de la población indicaron el 0% muy de acuerdo, el 19% de acuerdo, 62% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 15% en desacuerdo y el 4% muy desacuerdo.

Respecto a la recopilación de los datos disponibles de riesgos y oportunidades, se muestra que, el 4% indicaron muy de acuerdo, el 35% de acuerdo, 42% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 19% en desacuerdo y el 0% muy desacuerdo.

Ítem, la botica planifica según lo comprendido a las necesidades del cliente, donde los resultados cuentan que el 15% muy de acuerdo, 50% de acuerdo, 19% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 15% en desacuerdo y el 0% muy desacuerdo.

Ítem, se estudia exhaustivamente los procesos involucrados, como las políticas de calidad. según el análisis del gráfico que arriba mostramos se puede observar, el 0% muy de acuerdo, 15% de acuerdo, 62% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 23% en desacuerdo y el 0% muy desacuerdo.

Ítem, la botica desarrolla el plan para el entrenamiento del personal, donde el 0% muy de acuerdo, 0% de acuerdo, 46% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 42% en desacuerdo y por último el 12% indicaron muy en desacuerdo.

Tabla 2

Dimensión (DO) ejecutar

	Se implementa los cambios para la mejora mediante soporte y recursos.		La botica, verifica las causas de los problemas.		Recopila datos apropiados mediante operaciones, donde se implementa y controla los procesos.	
	f	%	f	%	f	%
Muy de acuerdo	3	12%	1	4%	2	8%
De acuerdo	8	31%	6	23%	5	19%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	27%	12	46%	13	50%
En desacuerdo	8	31%	5	19%	5	19%
Muy en desacuerdo	0	0%	2	8%	1	4%
Total	26	100%	26	100%	26	100%

Fuente: tabulación del cuestionario aplicado a las MYPE.

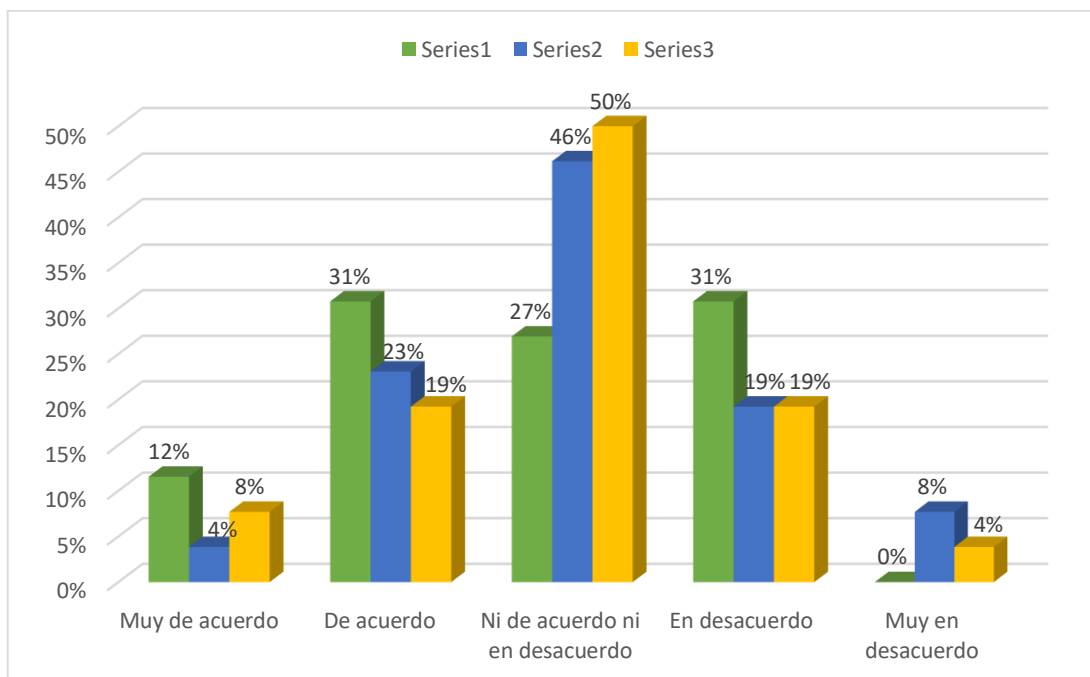


Figura 3: Dimensión (DO) ejecutar.

Fuente: Tabla 2.

Interpretación:

Respecto a la interpretación de la tabla 2 y la figura 3, que arriba se puede observar obtuvimos los resultados según las encuestas aplicadas a las micro y peñas empresas del distrito de Putina de la siguiente manera:

Correspondiente a la dimensión (DO) ejecutar, respecto al ítem, se implanta los cambios para la mejora mediante soporte y recursos, una parte de la población indicaron, el 12% muy de acuerdo, mientras tanto el 31% de acuerdo, el 27% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 19% en desacuerdo y el 0% muy desacuerdo.

Por ello, respecto al ítem, la botica verifica las causas de los problemas, según la figura nos muestra el 4% muy de acuerdo, el 23% de acuerdo, por otro lado, el 46% ni de acuerdo ni en desacuerdo, también se obtuvo respuesta negativa el 19% en desacuerdo y el 8% muy en desacuerdo.

Por ultimo tenemos el ítem, recopila datos apropiados mediante operaciones donde se implementa y controla los procesos, del resultado que muestra la figura tenemos que el 8% indicaron, muy de acuerdo, el 19% de acuerdo, no determinan el 50% ni de acuerdo ni en desacuerdo, y al final el 19% en desacuerdo y el 4% muy en desacuerdo.

Tabla 3

Dimensión (CHECK) comprobar

	La botica monitorea, analiza y evalúa los procesos de los productos y servicios según el plan.		Según los resultados de acuerdo al plan, se han alcanzado los resultados deseados		La botica comprende y documenta las diferencias según el proceso de actividad.		La botica revisa el sistema de Gestión de Calidad.		La botica, recolecta y archiva la información según lo aprendido.		La botica define nuevas responsabilidades y especificaciones	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy de acuerdo	0	0%	1	4%	0	0%	3	12%	2	8%	1	4%
De acuerdo	2	8%	2	8%	4	15%	4	15%	6	23%	6	23%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	62%	10	38%	13	50%	9	35%	9	35%	12	46%
En desacuerdo	8	31%	9	35%	7	27%	9	35%	5	19%	6	23%
Muy en desacuerdo	0	0%	4	15%	2	8%	1	4%	4	15%	1	4%
TOTAL	26	100%	26	100%	26	100%	26	100%	26	100%	26	100%

Fuente: tabulación del cuestionario aplicado a las MYPE.

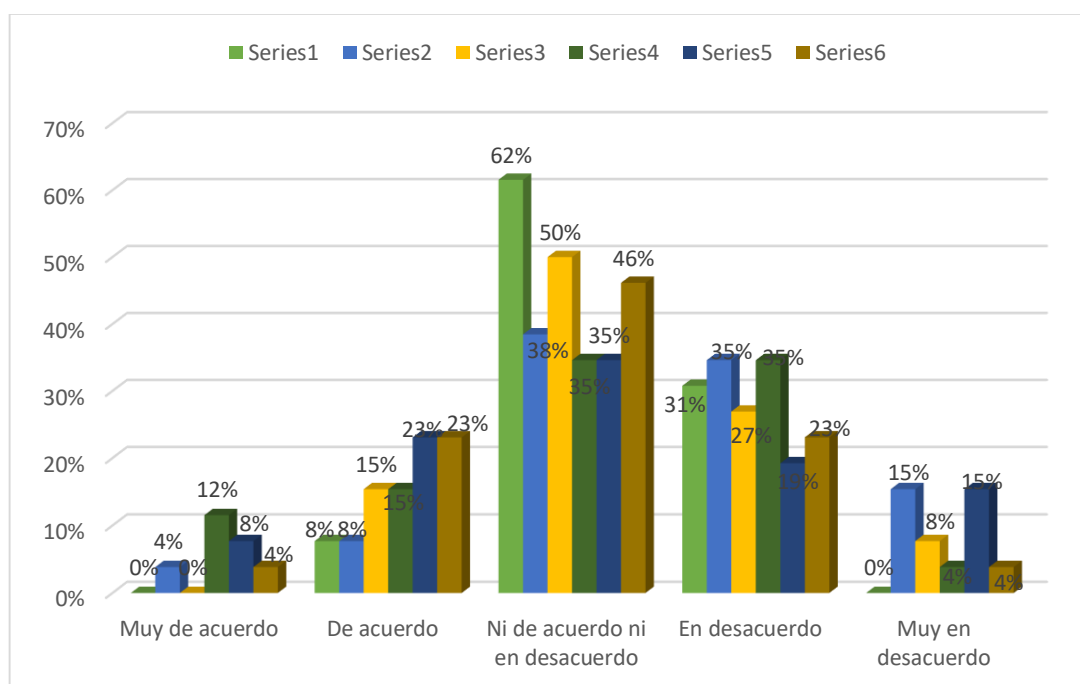


Figura 4: Dimensión (CHECK) comprobar.

Fuente: Tabla 3.

Interpretación:

Como resultado conforme a la tabla 3 y la figura 4, en relación a la dimensión (CHECK) comprobar, ítem, la botica monitorea, analiza y evalúa los procesos de los productos y servicios según el plan, del total de la población indicaron, el 0% muy de acuerdo, 8% de acuerdo, 62% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 31% en desacuerdo y el 0% muy en desacuerdo.

Ítem, según los resultados de acuerdo al plan, se han alcanzado los resultados deseados, la figura muestra, el 4% muy de acuerdo, 8% de acuerdo, 38% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 35% en desacuerdo y el 15% muy en desacuerdo.

Ítem, la botica comprende y documenta las diferencias según el proceso de actividad, por lo cual, el 0% muy de acuerdo, 15% de acuerdo, 50% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 27% en desacuerdo y el 8% muy en desacuerdo.

Ítem, la botica revisa el sistema de gestión de calidad, de allí los resultados, el 12% muy de acuerdo, 15% de acuerdo, 35% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 35% en desacuerdo y el 4% muy en desacuerdo.

Ítem, la botica recolecta y archiva la información según lo aprendido, se puede inferir de acuerdo a la figura, el 8% muy de acuerdo, 23% de acuerdo, 35% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 19% en desacuerdo y el 15% muy en desacuerdo.

Ítem, la botica define nuevas responsabilidades y especificaciones, por esta razón del total de la población el 4% indicaron, muy de acuerdo, 23% de acuerdo, 46% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 23% en desacuerdo y el 4% muy en desacuerdo.

Tabla 4

Dimensión (ACT) actuar

	La botica evalúa la necesidad de emprender nuevas acciones de mejora.		La botica, aplica las acciones para eliminar las causas de no conformidad.		La botica comunica la mejora a todos los integrantes de la empresa		Se identifica nuevos proyectos según los problemas	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy de acuerdo	1	4%	1	4%	0	0%	1	4%
De acuerdo	2	8%	3	12%	4	15%	5	19%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	58%	9	35%	16	62%	18	69%
En desacuerdo	7	27%	8	31%	4	15%	2	8%
Muy en desacuerdo	1	4%	5	19%	2	8%	0	0%
Total	26	100%	26	100%	26	100%	26	100%

Fuente: tabulación del cuestionario aplicado a las MYPE.

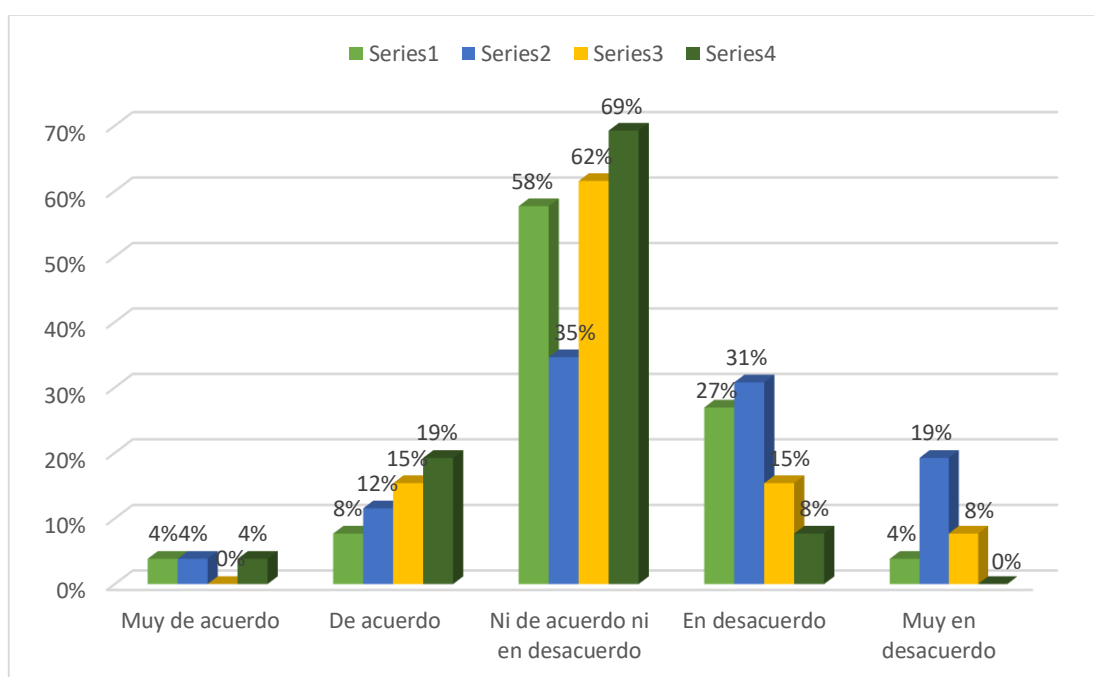


Figura 5: Dimensión (ACT) actuar

Fuente: Tabla 4.

Interpretación:

Respecto a la tabla 4 y figura 5, por lo mismo, a la dimensión (ACT) actuar, en relación al ítem, la botica evalúa la necesidad de emprender nuevas acciones de mejora, del 100% de la población, expresaron muy de acuerdo el 4%, de acuerdo el 8%, ni de acuerdo ni en desacuerdo el 58%, en desacuerdo el 27%, muy en desacuerdo 4%.

Ítem, la botica, aplica las acciones para eliminar la causa de no conformidad, por ende, la figura refleja, el 4% muy de acuerdo, 12% de acuerdo, 35% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 31% en desacuerdo y el 19% muy en desacuerdo.

Ítem, la botica comunica la mejora a todos los integrantes de la empresa, las poblaciones expresaron, el 0% muy de acuerdo, 15% de acuerdo, 62% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 15% en desacuerdo y el 8% muy en desacuerdo.

Ítem, se identifica nuevos proyectos según los problemas, manifestaron de la siguiente manera, el 4% muy de acuerdo, el 19% de acuerdo, 69% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 8% en desacuerdo y el 0% muy en desacuerdo.

5.1.2 Atención al Cliente

Tabla 5

Dimensión protocolo de atención

	La botica cuenta con el programa de atención al cliente		Los servicios de la botica responde a la necesidad del cliente		Los empleados demuestran la capacidad para responder a la pregunta del cliente		El personal es empático con los clientes		Se ofrece horarios de servicio conveniente a las necesidades del cliente	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy de acuerdo	1	4%	5	19%	3	12%	0	0%	3	12%
De acuerdo	6	23%	17	65%	15	58%	14	54%	16	62%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	62%	2	8%	8	31%	9	35%	7	27%
En desacuerdo	3	12%	2	8%	0	0%	3	12%	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	26	100%	26	100%	26	100%	26	100%	26	100%

Fuente: tabulación del cuestionario aplicado a las MYPE.

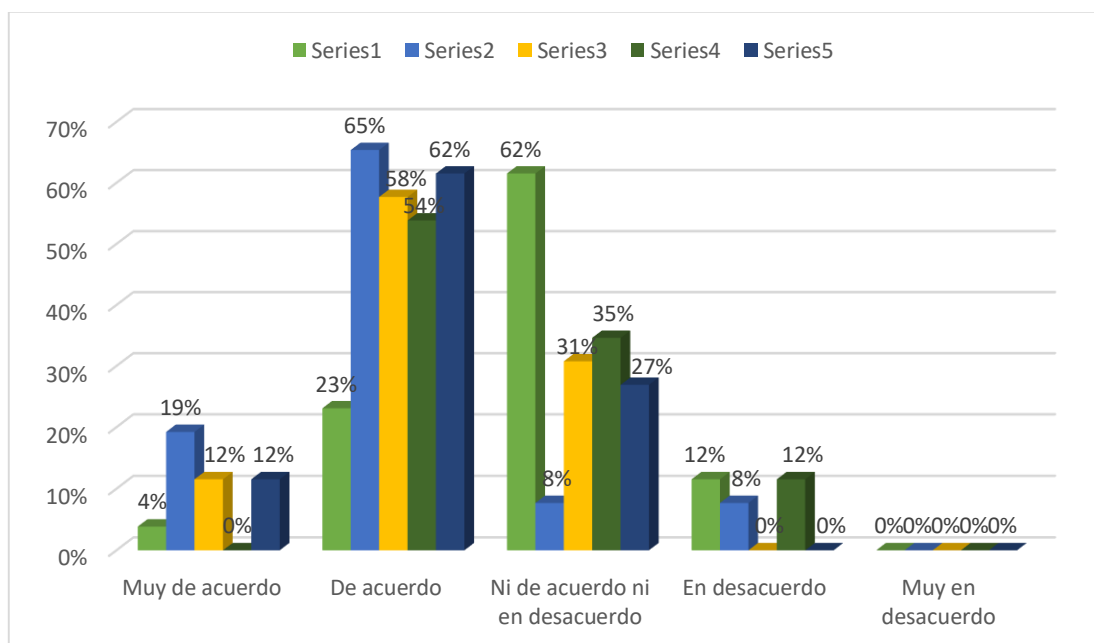


Figura 6: Dimensión protocolo de atención

Fuente: Tabla 5.

Interpretación:

Por lo consiguiente a la variable atención al cliente, correspondiente a la interpretación de los resultados de la tabla 5 y figura 6, en cuanto a la dimensión los protocolos de atención, como resultado a la expresión del 100% de la población, la figura refleja de la siguiente manera.

Ítem, la botica cuenta con el programa de atención al cliente, el 4% muy de acuerdo, 23% de acuerdo, 62% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 12% en desacuerdo, 0% muy en desacuerdo.

Ítem, los servicios de la botica responden a la necesidad del cliente, el 19% indicaron muy de acuerdo, el 65% de acuerdo, 8% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 8% en desacuerdo, 0% muy en desacuerdo.

Ítem, los empleados demuestran la capacidad para responder a la pregunta de los clientes, el 12% muy de acuerdo, 58% de acuerdo, 31% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 0% en desacuerdo del mismo modo el 0% muy en desacuerdo.

Ítem, el personal es empático con los clientes, el 0% muy de acuerdo, 54% de acuerdo, 35% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 12% en desacuerdo y el 0% muy en desacuerdo.

Ítem, se ofrece horarios de servicio conveniente a las necesidades del cliente, el 23% muy de acuerdo, 62% de acuerdo, 27% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 0% en desacuerdo a igual que el 0% muy en desacuerdo.

Tabla 6

Dimensión, principios básicos

	Considera al cliente por encima de todo		La botica cumple con lo que se promete al cliente		Consideras, para el cliente tu marcas la diferencia		Consideras, el juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy de acuerdo	1	4%	0	0%	0	0%	1	4%
De acuerdo	16	62%	9	35%	12	46%	3	12%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	27%	14	54%	8	31%	17	65%
En desacuerdo	2	8%	2	8%	3	12%	4	15%
Muy en desacuerdo	0	0%	1	4%	3	12%	1	4%
TOTAL	26	100%	26	100%	26	100%	26	100%

Fuente: tabulación del cuestionario aplicado a las MYPE.

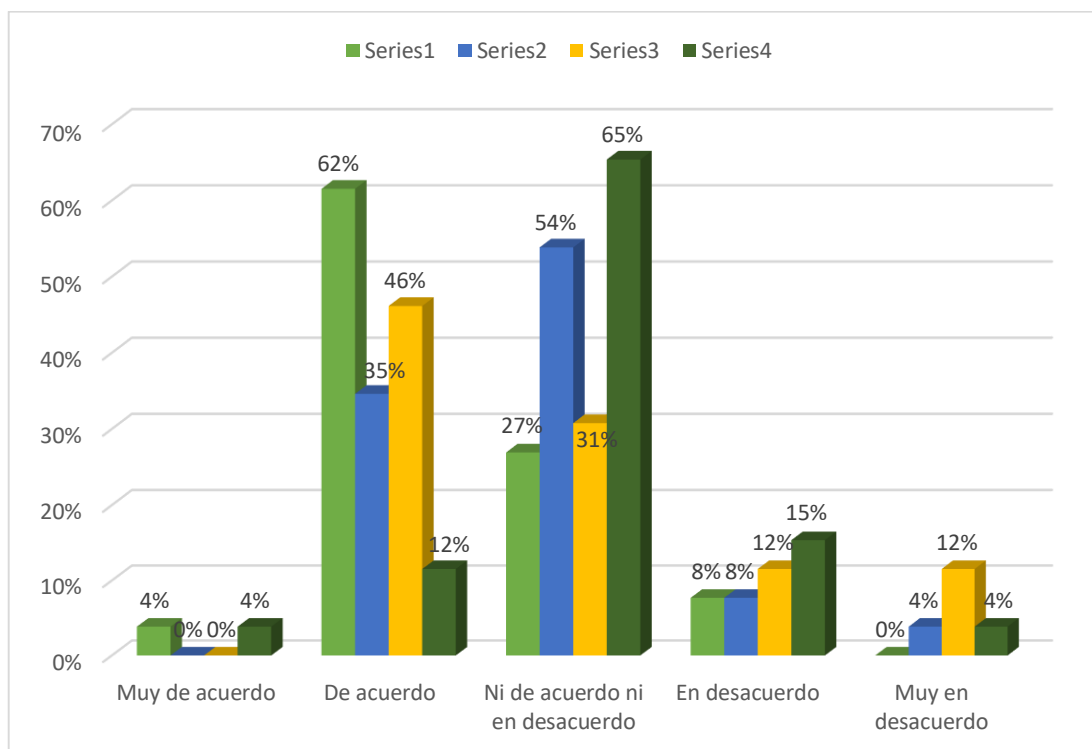


Figura 7: Dimensión, principios básicos.

Fuente: Tabla 6.

Interpretación:

Correspondiente a la interpretación de los resultados de la tabla 6 y la figura 7, por ende, a la dimensión principios básicos, acerca de los ítems de acuerdo a lo que expusieron la población, se puede observar en la figura, los siguientes resultados:

Ítem, considera al cliente por encima de todo, el 4% muy de acuerdo, 62% de acuerdo, 27% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 8% en desacuerdo y el 0% muy en desacuerdo.

Ítem, la botica cumple con lo que se promete al cliente, el 0% muy de acuerdo, 35% de acuerdo, el 54% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 8% en desacuerdo, y el 4% muy en desacuerdo.

Ítem, considera, para el cliente tu marca la diferencia, el 0% muy de acuerdo, 46% de acuerdo, 31% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 12% en desacuerdo, y el 12% muy en desacuerdo.

Ítem, considera, el juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente, el 4% muy de acuerdo, 12% de acuerdo, 65% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 15% en desacuerdo y por último el 4% muy en desacuerdo.

5.2 Análisis de resultados

Por lo tanto; haremos hincapié en que, luego del examen de campo, haber hecho la clasificación de las tablas, planificar la figura posteriormente la interpretación, seguimos separando estos resultados, relacionándolos a correspondencia con los objetivos como también los antecedente y marco teórico.

Respecto al objetivo específico, detallar las características de la gestión de calidad en las MYPE del sector comercio, rubro boticas, en el distrito de Putina provincia de San Antonio de Putina 2019.

Por lo consiguiente, las características de la gestión de calidad en las MYPE el estudio fue detallar si estas pequeñas micro empresas aplican los principios de la mejora continua basado en la rueda de Deming, aunque fue desarrollada por Shewhart, (Armendáriz Sanz, 2019) está enfocada en un ciclo de resolución de problemas y mejora continua mediante PDCA.

Dimensión: (PLAN) planificar

Según los resultados el 62% de las boticas en el distrito de Putina no tienen determinado, si los personales involucrados en la botica tienen conocimiento sobre el sistema de gestión de calidad, lo contrario al estudio de Rioja (2019), dicen de acuerdo al 100% en las PYME del Lima. Continuando, se obtuvo el resultado que el 35% de las boticas recopilan los datos respecto a los riesgos y oportunidades; por otra parte, el 42% no determinan la misma. Mientas tanto el 65% planifican según lo comprendido a la necesidades del cliente, en consecuencia, Parra y Roguíguez (2017) en su artículo, la capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones, concluye los sistemas de la calidad, la capacitación permite un buen desempeño y eficiencia en las organizaciones productivas, debido a que se alcanza el desarrollo de la planeación y

control de todas las fases de mejora continua, que se hace por medio del enfoque de las habilidades que se requieren en un cargo determinado. En el distrito de Putina el 62% no concretizan, si estudian íntegramente los procesos involucrados, como las políticas de calidad. de igual manera la mayoría de los emprendedores con el 88% no se planifica el plan para el entrenamiento de su personal en la botica. Se puede inferir que no consideran o no se aplica la gestión de calidad según lo establece la Normas ISO 9001:2015, con su componente primordial la rueda de Deming como lo ratifica Armendáris (2019).

Dimensión: (DO) ejecutar

Respecto a la ejecución; la segunda etapa o dimensión, en el distrito de Putina la mayoría de los emprendedores no tienen definido o concretizado, la verificación de las causas de los problemas en su botica el 46%, del mismo modo el 50% tampoco recopila datos apropiados mediante operaciones donde se puede implementar y controlar los procesos. Mientras tanto el 31% implementan los cambios para la mejora aplicando el soporte y recursos, con relación a los resultados obtenidos, se asemeja Catacora (2013), donde concluye el 80% de las MYPE en la región Puno, trabajan sin planificar las metas, algo similar pasa en el distrito de Putina al obtener los resultados negativos de parte de los emprendedores.

Dimensión: (CHECK) comprobar

Respecto a la tercera etapa o dimensión de la rueda de Deming, del 100% de los emprendedores el 62% de las boticas no concretizan el monitoreo el análisis ni la evaluación de los procesos de productos y servicios según su plan. En las boticas del distrito de Putina, el 38% no determinan los resultados de acuerdo al plan, si se concretizaron o se ha alcanzado los resultados deseados según los objetivos de la

botica. De igual manera ocurre, respecto a la comprensión y documentación de las diferencias según el proceso de actividad el 50% no tienen determinado. Por otra parte, el 70% no definen ni están de acuerdo respecto a la revisión del sistema de gestión de calidad. El 23% de los emprendedores, recolecta y archiva la información según lo aprendido, sin embargo, el 35% no determinan de lo indicado. Las boticas no determinan ni definen nuevas responsabilidades y especificaciones sobre las deficiencias que se pudo existir durante el proceso. A diferencia de Montenegro (2016) como resultado de su informe “estrategia para mejorar la calidad” obtuvo como resultado, que la gestión de la calidad permite asegurar el crecimiento de la botica desarrollando proyectos y atención al mantenimiento de la infraestructura de manera eficiente y con altos estándares de calidad, respecto esta dimensión Armendáris (2019), nos da a entender que el proceso de comprobar consta en trazabilidad del desempeño de los procesos, métodos, planes, estrategias, controles implementadas, investigar incidentes, medición, estadísticas y evaluación de indicadores de cumplimiento.

Dimensión: (ACT) actuar

Por último, respecto a la cuarta etapa o dimensión del 100% de los emprendedores, el 58% de las boticas definen la evaluación de las necesidades de emprender o aplicar nuevas acciones de mejora. En las boticas del distrito de Putina no concretizan las acciones para combatir ni eliminar las causas de no conformidad el 35% y el 31% en desacuerdo de la misma. En la botica no establecen ni comunican sobre la mejora a los integrantes el 62%, y por ultimo de esta etapa tenemos el 69% tienen determinado la identificación de nuevos proyectos según los problemas durante el transcurso del proceso, en todo caso no se relaciona con el estudio de, García, Quispe y Ráez (2003)

la gestión de calidad, donde han sido desarrollados para que los directivos de la organización los utilicen para liderar y mejoramiento continuo, sin embargo al no tomar en cuenta la gestión de calidad en las organizaciones, esta tendría una serie de tropiezos los cuales reflejados en la disconformidad de sus clientes y en los estados financieros.

Con respecto al objetivo específico, examinar las características de la atención al cliente de las MYPE del sector comercio, rubro boticas en el distrito de Putina, provincia de San Antonio de Putina 2019.

Al respecto a la dimensión de protocolo de atención; en las boticas del distrito de Putina el 62% cuenta con un programa de atención al cliente, en este caso se estaría aplicando la teoría de Conexionesan (2016) la gestión de cliente, permite monitorear, clasificar y medir el comportamiento de los consumidores. Mientras tanto el 65% de las boticas responden a las necesidades de los clientes mediante su servicios, del mismo modo el 58% de los emprendedores de las boticas, demuestran la “capacidad para responder a las preguntas de los clientes,” se asemeja a los resultados de Galoc y Gerrero (2018) resultado el 59% brindan la información al usuario. Por otro lado el 54% de los emprendedores indican que el personal es empático con los clientes, en similitud tenemos a Revello (2018) donde mide “el nivel de empatía del área de farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco 2019”, su resultado a una respuesta positiva es de 45.69%, por ultimo tenemos, el 62% de las boticas ofrecen los horarios de servicio conveniente a las necesidades del cliente, paralelamente Toral (2019) en su estudio relacionado con la calidad de servicio de atención al cliente, en el mercado farmacéutico de la ciudad de Loja. Sobre tangibilidad, fiabilidad, capacidad de

respuesta, seguridad y empatía, los cuales calificaron como buena y muy buena de acuerdo a la opinión el 57.4% y 68.8%.

En últimas instancias tenemos la dimensión principios básicos de la atención al cliente, donde refleja los resultados el 62% de las boticas consideran al cliente por encima de todo, es decir le da más prioridad, paralelamente Calderón (2019) por una parte concuerda con las expectativas de los clientes de cada dimensión de la calidad de servicio con el 67% muy de acuerdo. Continuando con el análisis, En las boticas del distrito de Putina el 54% se muestran indiferentes, con lo que se promete al cliente. Por otro lado, el 46% de los emprendedores de las boticas consideran que “tienen contacto directo con los clientes tienen un gran compromiso, porque puede hacer que el cliente regrese o no. Según, Escudero (2015) se aplica la teoría donde hoy en día son muchas las organizaciones que, a partir de engaños, tratan de efectuar ventas o retener clientes, sin medir la calidad. Para terminar el análisis de resultados, en el distrito de Putina, el 65% son indiferentes respecto al juicio sobre la calificación de los servicios de parte de los clientes, sin embargo, con relación a los resultados, Escudero (2015), dice que la verdad es que los clientes son quienes en su mente y su sentir pueden calificar, si el servicio es bueno vuelven, y de lo contrario no regresan.

VI. CONCLUSIÓN

Luego del trabajo, tabulación, ordenamiento, figura e interpretación, de los resultados y el análisis respectivo, concretizamos de la siguiente manera:

En la investigación se llegó a una conclusión general, donde la gestión de calidad hoy en día se ha convertido en una condición fundamental de acuerdo al ciclo Deming centrada hacia el éxito competitivo en las empresas y organizaciones; sin embargo, la gestión de calidad en las boticas del distrito de Putina, existe un desconocimiento con respecto al tema, en cierto modo aplican irregularmente. Por consiguiente, al cliente; una empresa funciona a base a los clientes, por esta razón la atención y el servicio al cliente es uno de los factores claves en una organización, donde la mayoría de las MYPE del sector comercio rubro boticas en el distrito de Putina, identifican las necesidades y las expectativas del cliente, sin embargo, una parte de las MYPE no determinan la importancia que puede ser el cliente para su negocio.

Respecto a las características de gestión de calidad, según el ciclo de Deming, la etapa de planificación; en su mayoría de los emprendedores de las MYPE del sector comercio rubro boticas en el distrito de Putina, no establecen, no recopilan datos de interés, no determinan las causas potenciales ni planifican soluciones. En definitiva, desconocen, que en una organización la planificación es la arquitectura hacia el éxito y carta de navegación de todas sus actuaciones. con relación a la etapa ejecutar, una parte (43%) de los emprendedores implementan los cambios para la mejora mediante soporte y recursos, sin embargo, la mayoría de las MYPE no definen ni determinan en efectuar los cambios planificados. Con respecto a la etapa comprobar, en su mayoría

de los emprendedores desconocen respecto al tema, donde no recopilan datos de control, evaluación de resultados no se estandariza el mejoramiento según lo planificado. Finalizando con la etapa actuar, la mayor parte de los emprendedores de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boticas en el distrito de Putina, como se dijo anteriormente, desconocen del tema mostrándose indiferente respecto al tema, finalizando que no documentan la solución, no se realiza el resumen de los procedimientos aprendidas según lo planificado y así obtener en esencia las acciones de mejora.

Respecto a las características de atención al cliente; el protocolo de atención en las MYPE del sector comercio rubro boticas en el distrito de Putina, se concluye que en su mayoría de las MYPE cuenta con un protocolo de atención al cliente que les permite garantizar que sus servicios están siendo brindados de acuerdo a las necesidades de los clientes. Ya para terminar, con los principios básicos, el 50% cumple con lo que promete al cliente y considera que para el cliente quien marca la diferencia es el emprendedor y otros 50% no determinan la importancia de escuchar al cliente para poder establecer una mejor estrategia y trabajar sobre los requerimientos o fallas del servicio.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 9001:2015, I. (16 de Octubre de 2018). *Nuevas Normas ISO es una Iniciativa de Escuela Europea de Excelencia*. Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/10/quiere-saber-lo-que-significa-la-gestion-de-calidad/>
- Albujar Zelada, A. L. (2016). *La fidelización de clientes y su influencia en la mejora del posicionamiento de la botica "Issafarma", en la ciudad de Chepén*. Chepen: Universia Nacional de Trujillo.
- Alcaide, J. C. (2015). *Fidelización de Clientes*. Madrid: ESIC BUSINESSMARKETINGSCHOOL.
- Armendáriz Sanz, J. L. (2019). *Gestión de la Calidad y de la Seguridad e Higiene Alimentarias* (2ª ed.). España: Ediciones Paraninfo S.A.
- Calderon Inquilla, D. (2019). *Gestión de calidad con el enfoque de atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Juliaca año 2019*. Juliaca: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Carrera Ramírez, Y. M. (2019). *Control Interno de los Inventarios y la Rentabilidad de las Empresas Comercializadoras de Productos Farmacéuticos en la Provincia de Huacho*. Huacho: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
- Carro Paz, R., & González Gómez, D. (2012). *Administración de la Calidad Total*. Creditos Fotográficos.
- Catacora Peñaranda, M. A. (2013). *Modelo de gestión para la competitividad de las Mypes de la región Puno*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Chimbote, U. C. (16 de Agosto de 2019). *ULADECH*. Obtenido de www.uladech.edu.pe.

- Conexiónesan. (2016). La importancia de la gestión del cliente. *Obtenido de programas académicos* , <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/05/la-importancia-de-la-gestion-del-cliente/>.
- Cuatrecasas, L., & González Babón, J. (2017). *Gestión Integral de la calidad* (5a Actualizada y Ampliada ed.). Barcelona: PROFIT. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=k449DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT7&dq=gestion+de+calidad+libros+&ots=PuvudV7w2t&sig=wo3hsu29pSgU02EJ8heR1hfb5Qg#v=onepage&q&f=true>
- DIGEMID. (18 de abril de 1990). *Ministerio de Salud*. Obtenido de Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas: <http://www.digemid.minsa.gob.pe/Main.asp?Seccion=39>
- EL PERUANO. (2013). LEY que modifica diversas leyes para facilitar inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. *Normas Legales*, 14.
- Escudero, M. E. (2015). *Servicios de Atención Comercial*. Editex. Obtenido de https://books.google.es/books?id=ue7JCQAAQBAJ&dq=atencion+al+cliente&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Gallardo Ferrada, A., & Reynaldos Grandós, K. (2014). Calidad de Servicio: satisfacción usuaria desde la perspectiva de enfermería. *Enfermería Global*, 11.
- Galoc Pinedo, G., & Guerrero Tello, L. R. (2018). *Calidad en la atención y satisfacción de los usuarios que acuden a la farmacia de consulta externa en el Instituto Nacional Cardiovascular 'Carlos Alberto Peschiera Carrillo' Lima 2018*. Lima: Universidad Norbert Wiener. Obtenido de <http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/2652>

- García P., M., Quispe A., C., & Ráez G., L. (2003). Mejora Continua de la Calidad en los Procesos. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, Industrial data, 6(1), 89-94.
- González Ortiz, Ó. C., & Arciniegas Ortiz, J. A. (2015). *Sistema de Gestión de Calidad*. ECOE EDICIONES. Obtenido de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/09/Sistemas-de-gestio%CC%81n-de-calidad-1ra-Edicio%CC%81n.pdf>
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª ed.). Mexico: Mc Graw Hill Educación.
- Juran, J. (1990). *Juran y la Planificación para la Calidad*. Madrid: Diaz de Santos, S.A.
- Labrador Bocanegra, M. C., & Medina Reyes, G. A. (2019). *Diseño de un modelo de gestión de inventarios para droguería Farmashaio, basado en categorización multicriterio ABC/VEN y ABVC/ROTACIÓN*. Ibagué, Colombia : Universidad de Ibagué.
- López Lemos, P. (2015). *Como Documentar un Sistema de Gestión de Calidad según ISO 9001:2015*. Madrid: Fundación Confemetal. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=eMKUDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT19&dq=tipos+de+gestion+de+calidad&ots=Mp_2bc6Mu_&sig=qRYjKnhHuhwO_Xf21AdedMr_7TE#v=onepage&q&f=true
- Maqueda Lafuente, J. (2013). *Protocolo Empresarial una Estrategía de Marketing*. Madrid: ESIC.
- Marcelo Daniel, P. (2005). *Reingeniería Farmacéutica. Principios y potocolos de atención al paciente*. Córdoba: Médica Panamericana.

- Maturana, J. (26 de mayo de 2017). *La creación de valor para el cliente: Maslow y la pirámide de valores del consumidor*. Obtenido de ebizLatam.com: <http://www.ebizlatam.com/la-creacion-valor-cliente-maslow-la-piramide-valores-del-consumidor/>
- Mejía Zambrano, J. P. (2019). *Sistema de información para la Gestión de Clientes basado en el Modelo CRM para las Pymes del Sector de la Climatización de la Ciudad de Guayaquil*. Guayaquil - Ecuador: Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil.
- Mongrut Quispe, P. (2019). *Gestión de calidad y la formalización de las mype del sector comercio - rubro boticas, de la urbanización Zárate, del distrito de San Juan de Lurigancho, 2018*. San Juan de Lurigancho: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Montenegro Artega, S. J. (2016). *Estrategias para mejorar la calidad de atención farmacéutica de los clientes en establecimiento farmacéutico privado INKAFARMA 2016*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Noguez, V. (2015). *ISO 9001:2015 El Futuro de la Calidad*. México: Un e-book ISOTools EXCELLENCE.
- Parra, P. C., & Rodríguez, F. F. (2017). La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones. *Revista de Investigación Desarrollo e Innovación*, <https://doi.org/10.19053/20278306.4602>.
- PERUANO, E. (29 de enero de 2002). NORMAS LEGALES. *LEY N° 27657*, págs. 1-6. Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/283445/255216_L27657.pdf20190110-18386-jxrtyz.pdf

PERUANO, E. (miercoles 27 de Julio de 2011). *Decreto Supremo N° 014-2011-SA*.

Obtenido de Reglamento de EStablecimiento Farmacéuticos - EL PERUANO:

<http://www.digemid.minsa.gob.pe/UpLoad/UpLoaded/PDF/DS014-2011-MINSA.pdf>

Portillo Mamani, A. (2018). *Grado de satisfacción del cliente frente a los servicios que brinda la farmacia San Pablo - Juliaca - 2017*. Juliaca: Universidad Nacional del Altiplano.

Puente Maguiña, K. S. (2018). *Aplicación de los principios del Sistema de gestión de la calidad en salud en el Proceso de administración de otorgamiento de derecho en la Dirección de Inspección y Certificación de la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (DIGEMID – MINSA)*. Perú: Universidad César Vallejo.

Ravello Lázaro, C. A. (2018). *Calidad de Servicio en el Área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud, 2018*. Chimbote: Universidad César Vallejo.

Rioja Vallejos, D. (2019). *Gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPES, del sector comercio – rubro venta de ropa para varones, galería 5 continentes, Av. Abancay N°1109, Lima 2018*. Lima: Univeridad Católica los Ángeles de Chimbote.

Robles Guerrero, L. R. (2015). Artículo de Opinión. *Scielo Perú*, 6.

Saldaña Quispe, M. S. (2017). *Calidad de servicio y gestión de quejas y reclamos en el área de atención al cliente de la cadena de Boticas Inkafarma sede Qulca - Callao 2017*. Callao: Universidad César Vallejo.

- Schmal, R. F., & Olave, T. Y. (2014). Optimización del Proceso de Atención al Cliente en un Restaurant durante Periodos de Alta Demanda. *Escuela de Ingeniería en Informática Empresarial, Universidad de Talca Chile*, 1-8.
- Solórzano Plaza, R. P. (2018). *Diseño de un sistema de gestión de calidad basado en la normas ISO 9001:2015 en la escuela Esteban Cordero Borrero (FE Y ALEGRÍA)*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/33082/1/TEISIS%20ISCE%20-%202019%20-%20Dise%20sist%20gest%20calidad%20norma%20iso.pdf>
- Tembleque Montenegro, R. S. (2016). *Proyecto de Implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015 en la Empresa Pinatar Arena Football Center S.L.* Cartagena: Universidad Politécnica de Cartagena. Obtenido de <https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/5818/tfg-san-pro.pdf?sequence=1>
- Toral Tinitana, R. d. (2019). *La gestión del entorno comercial y su relación con la calidad del servicio al cliente en el mercado farmacéutico, Loja – Ecuador*. Ecuador: Dialnet. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6869938>
- Urbina Salazar, A. d. (2015). *Modelo de Gestión de Calidad en el Servicio de Farmacia del Hospital Básico Privado Durán de la Ciudad de Ambato en el Año 2015*. Ecuador: Universidad Regional Autónoma de los Andes "UNIANDES".
- Vilcarromero Ruiz, R. (S/F de S/M de 2015). *eumed.net*. Obtenido de Enciclopedia Virtula: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1321/gestion.html>

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario:



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE ENCUESTA A LA MYPE

La información que usted nos proporcionará será utilizada con fines académicos de investigación. Se agradece por su valiosa colaboración.

Instrucción:

Estimados representantes de la MYPE, a continuación le solicito brindarnos información respecto al año 2019, por lo que le presentamos 27 ítems, se le solicita que elija entre 5 posibilidades, entonces solo tendrá que poner una "X" según el siguiente código.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1	2	3	4	5

Ítem	DIMENSIONES	1	2	3	4	5
GESTIÓN DE CALIDAD						
	(Plan) Planificar					
1	La botica involucra a la gente comprendido con el SGC.					
2	Se recopila los datos disponible de riesgos y oportunidades.					
3	La botica planifica según lo comprendido a la necesidades del cliente.					
4	Se estudia exhaustivamente los procesos involucrados, como las políticas de calidad.					
5	La botica desarrolla el plan para el entrenamiento del personal.					
	(Do) Ejecutar					
6	Se implementa los cambios para la mejora mediante soporte y recursos.					
7	La botica, verifica las causas de los problemas.					
8	Recopila datos apropiados mediante operaciones, donde se implementa y controla los procesos.					
	(Check) Comprobar					
9	La botica monitorea, analiza y evalúa los procesos de los productos y servicios según el plan.					
10	Según los resultados de acuerdo al plan, se han alcanzado los resultados deseados.					
11	La botica comprende y documenta las diferencias según el proceso de actividad.					
12	La botica revisa el sistema de Gestión de Calidad.					
13	La botica, recolecta y archiva la información según lo aprendido.					

14	La botica define nuevas responsabilidades y especificaciones.					
	(Act) Actuar					
15	La botica evalúa la necesidad de emprender nuevas acciones de mejora.					
16	La botica, aplica las acciones para eliminar las causas de no conformidad.					
17	La botica comunica la mejora a todos los integrantes de la empresa.					
18	Se identifica nuevos proyectos según los problemas.					
ATENCIÓN AL CLIENTE						
	Protocolo de atención					
19	La botica cuenta con el programa de atención al cliente.					
20	Los servicios de la botica responde a la necesidad del cliente.					
21	Los empleados demuestran la capacidad para responder a la pregunta de los clientes.					
22	El personal es empático con los clientes.					
23	Se ofrece horarios de servicio conveniente a las necesidades del cliente.					
	Principios básicos					
24	Considera al cliente por encima de todo.					
25	La botica cumple con lo que se promete al cliente.					
26	Consideras, para el cliente tu marcas la diferencia.					
27	Consideras, el juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente.					

Alfa de Cronbach

BASE DE DATOS																											
ENCUESTA	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11	I12	I13	I14	I15	I16	I17	I18	I19	I20	I21	I22	I23	I24	I25	I26	I27	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
ESTADÍSTICA																											
VARIANZA	0.40	0.45	0.43	0.45	0.45	0.45	0.45	0.40	0.40	0.40	0.40	0.40	0.40	0.40	0.40	0.40	0.40	0.40	0.40	0.40	0.40	0.40	0.45	0.45	0.45	0.45	

K	27
ā	8.6
Vt	40.45
sección 1	1.091
sección 2	0.788
α	0.859

Ecuación de Alfa de Cronbach

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

Para la validez y confiabilidad del instrumento a aplicar se procedió a utilizar el alfa de CRONBACH.


Anexo 2: Validación de instrumentos

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE EVALUACION

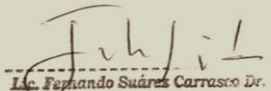
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO BOTICAS EN EL DISTRITO DE PUTINA, PROVINCIA SAN ANTONIO DE PUTINA-2019

I. TABLA DE VALORACION POR EVIDENCIAS:

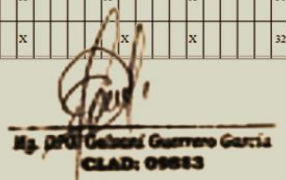
ITEM	CRITERIO DE EVALUACIÓN															TOTAL											
	Pertinencia de indicadores					Formulado con lenguaje apropiado					Adecuado para los sujetos en estudio																
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5						
VALORACION	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD																											
(Plan) Planificar			X		X			X		X			X		X			X		X			X			36	5
La botica involucra a la gente comprendido con el SOC.		X			X			X		X			X		X			X		X			X			36	5
Se recopila los datos disponible de riesgos y oportunidades.		X			X			X		X			X		X			X		X			X			40	
La botica planifica según lo comprendido a la necesidades del cliente.		X			X			X		X			X		X			X		X			X			28	15
Se estudia exhaustivamente los procesos involucrados, como las políticas de calidad.		X			X			X		X			X		X			X		X			X			36	5
La botica desarrolla el plan para el entrenamiento del personal.		X			X			X		X			X		X			X		X			X			40	
(Do) Ejecutar																											
Se implementa los cambios para la mejora mediante soporte y recursos.		X			X			X		X			X		X			X		X			X			36	5
La botica, verifica las causas de los problemas.		X			X			X		X			X		X			X		X			X			32	10



SBA U.C. Adm. Felipe Larrea Tamar
 Reg. Único de Legitimación Nº 0459




Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
 CIAD: 05461

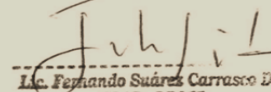


Ing. DPO Gabriel Guerrero García
 CIAD: 09883


Recopila datos apropiados mediante operaciones, donde se implementa u controla.		X			X			X		X			X		X			X		X			X			40	
(Check) Comprobar																											
La botica monitorea, analiza y evalúa los procesos de los productos y servicios.		X			X			X		X			X		X			X		X			X			40	
Según los resultados de acuerdo al plan, se han alcanzado los resultados deseado.		X			X			X		X			X		X			X		X			X			40	
La botica comprende y documenta las diferencias según el proceso de actividad.		X			X			X		X			X		X			X		X			X			40	
La botica revisa el sistema de Gestión de Calidad.		X			X			X		X			X		X			X		X			X			40	
La botica, recolecta y archiva la información según lo aprendido.		X			X			X		X			X		X			X		X			X			40	
La botica define nuevas responsabilidades y especificaciones.		X			X			X		X			X		X			X		X			X			40	
(Act) Actuar																											40
La botica evalúa la necesidad de emprender nuevas acciones de mejora.		X			X			X		X			X		X			X		X			X			32	10
La botica, aplica las acciones para eliminar las causas de no conformidad.		X			X			X		X			X		X			X		X			X			40	
La botica comunica la mejora a todos los integrantes de la empresa.		X			X			X		X			X		X			X		X			X			40	
Se identifica nuevos proyectos según los problemas.		X			X			X		X			X		X			X		X			X			40	
ASPECTOS GENERALES																											
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.																											X
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.																											X
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.																											X
El número de ítems libres de errores ortográficos.																											X



SBA U.C. Adm. Felipe Larrea Tamar
 Reg. Único de Legitimación Nº 0459



Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
 CIAD: 05461



Ing. DPO Gabriel Guerrero García
 CIAD: 09883

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO BOTICAS EN EL DISTRITO DE PUTINA, PROVINCIA SAN ANTONIO DE PUTINA-2019

II. TABLA DE VALORACION POR EVIDENCIAS:

ITEM	CRITERIO DE EVALUACIÓN																				TOTAL			
	Pertinencia de indicadores		Formulada con lenguaje apropiado		Adecuada para ser objeto de estudio		Facilite la prueba de hipótesis		Suficiencia para medir la variable		Facilite la interpretación de los instrumentos		Acuerda al scope de la ciencia y la tecnología		Esprada en hacer perceptibles		Secuencia lógica		Barede en aspectos técnicos					
VALORACION	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	5	
VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE																								
Protocolo de atención																								
La botica cuenta con el programa de atención al cliente.		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	32	10
Los servicios de la botica responde a la necesidad del cliente.		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		40
Los empleados demuestran la capacidad para responder a la pregunta.		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		40
El personal es empático con los clientes.		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		40
Se ofrece horarios de servicio conveniente a las necesidades del cliente.		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		40
Principios básicos																								
Considera al cliente por encima de todo.		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		40
La botica cumple con lo que se promete al cliente.		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		40
Consideras, para el cliente tu marcas la diferencia.		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		40
Consideras, el juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente.		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		40

ASPECTOS GERALES	1	2	3	4	5
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.					X
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.					X
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.					X
El número de ítems libres de errores porcentajes.					X

MBA Lic. Adm. Felipe Llanque Tame
 Reg. Único de Compensación Nº 0489

Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
 CLAD: 05461

Mg. Dr. Gabriel Guerrero Garcia
 CLAD: 09863

Anexo 3: Mapa

Distrito de Putina, Provincia de San Antonio de Putina, region Puno.

