



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA  
GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE  
EN LA EMPRESA: BOTICA “CORAZÓN Y VIDA” –  
SATIPO, 2023**

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

**AUTORA**

**PIZARRO VASQUEZ, MARILYN AYMI**

**ORCID: 0000-0002-6883-2415**

**ASESOR**

**CENTURION MEDINA, Reinerio Zacarias**

**ORCID: 0000-0002-6399-5928**

**Ayacucho, Perú**

**2023**



**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**ACTA N° 0058-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS**

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **20:10** horas del día **08** de **Enero** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

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

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA: BOTICA "CORAZÓN Y VIDA" - SATIPO, 2023**

**Presentada Por :**  
(3011181027) **PIZARRO VASQUEZ MARILYN AYMI**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **14**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciada en Administración**.

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

**LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL**  
Presidente

**ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA**  
Miembro

**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE**  
Miembro

**Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS**  
Asesor



## CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA: BOTICA "CORAZÓN Y VIDA" - SATIPO, 2023 Del (de la) estudiante PIZARRO VASQUEZ MARILYN AYMI, asesorado por CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 0% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

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

Chimbote, 19 de Marzo del 2024



*Mgtr. Roxana Torres Guzman*  
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

## Dedicatoria

A dios por cuidarme,  
guiarme en este proceso,  
por ser mi fortaleza,

A mis padres, por  
apoyarme día a día,  
por estar para mí en las  
buenas y malas, por  
alentarme a seguir  
adelante y alcanzar  
mis sueños.

A mi hermano por ser  
mi inspiración, por  
ayudarme siempre  
y estar pendiente de  
mí.

## ÍNDICE GENERAL

Caratula .....	I
Acta de Sustentación.....	II
Constancia de Evaluación de Originalidad .....	III
Dedicatoria .....	IV
Lista de tablas.....	VII
Lista de figuras.....	VIII
RESUMEN .....	IX
ABSTRACTS .....	X
<b>I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>5</b>
2.1. <i>Antecedentes</i> .....	5
2.2. <i>Bases teóricas</i> .....	10
2.3. <i>Hipótesis</i> .....	13
<b>III. METODOLOGÍA.....</b>	<b>15</b>
3.1. <i>Nivel, tipo y diseño de investigación</i> .....	15
3.2. <i>Población y muestra</i> .....	15
3.3. <i>Variables definición y operacionalización</i> .....	16
3.4. <i>Técnicas e instrumentos de recolección de información</i> .....	18
3.5. <i>Método de análisis de datos</i> .....	18
3.6. <i>Aspectos éticos</i> .....	18
<b>IV. RESULTADOS .....</b>	<b>20</b>
4.1. <i>Resultados</i> .....	20
4.2. <i>Resultados Inferenciales</i> .....	25
<b>V. DISCUSIÓN .....</b>	<b>33</b>

<b>VI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>37</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>38</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>39</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>41</b>
<i>Anexo N° 01. Matriz de Consistencia.....</i>	<i>41</i>
<i>Anexo N° 02. Instrumento de recolección de datos .....</i>	<i>42</i>
<i>Anexo N° 03. Validez del Instrumento .....</i>	<i>44</i>
<i>Anexo N° 04. Confiabilidad del instrumento .....</i>	<i>53</i>
<i>Anexo N° 05. Formato de Consentimiento Informado.....</i>	<i>54</i>
<i>Anexo N° 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información.....</i>	<i>55</i>
<i>Anexo N° 07. Evidencia de ejecución.....</i>	<i>56</i>

## Lista de tablas

Tabla 1:Operacionalizacion de las variables Gestión de Calidad y Atención al Cliente .....	17
Tabla 2: Correlación entre la variable Gestión de Calidad y la Atención al Cliente en la botica "Corazón y Vida".....	21
Tabla 3: Correlación entre los clientes y la Gestión de la calidad en la botica "Corazón y Vida" .....	22
Tabla 4: Correlación entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad en la botica "Corazón y Vida" .....	23
Tabla 5: Correlación entre la organización y la Gestión de la Calidad en la botica "Corazón y Vida" .....	24
Tabla 6: Correlación de Pearson de las variables Gestión de Calidad y Atención al cliente	26
Tabla 7: Correlación de Pearson entre Clientes y Gestión de Calidad .....	28
Tabla 8: Correlación de Pearson entre Satisfacción y Gestión de Calidad .....	30
Tabla 9: Correlación de Pearson entre Organización y Gestión de Calidad .....	31
Tabla 10: Matriz de consistencia .....	41
Tabla 11: Cuestionario de Gestion de Calidad .....	42
Tabla 12: Cuestionario de Atencion al Cliente.....	43

## Lista de figuras

Figura 1: Formula para hallar la muestra.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 2: Relacion entre la Gestion de Calidad y la Atencion al Cliente en la botica "Corazon y Vida" .....	21
Figura 3: Clientes y Gestion de Calidad.....	23
Figura 4: Satisfaccion .....	24
Figura 5: Organizacion .....	25
Figura 6: Grafico de dispersión de las variables Gestión de Calidad y Atención al Cliente	27
Figura 7: Grafico de dispersión de Clientes y Gestión de Calidad.....	28
Figura 8: Grafico de dispersión de Satisfacción y Gestión de Calidad .....	30
Figura 9: Grado de dispersión de Organización y Gestión de Calidad .....	32



## RESUMEN

En la actualidad la Gestión de la Calidad y la Atención al cliente son dos términos muy usados en las empresas, ya que es necesario que estos trabajen de coordinadamente, para promover la mejora continua en toda una empresa. Es por ello que en la investigación se planteó el siguiente problema: ¿Cómo se relaciona la Gestión de la Calidad con la Atención al Cliente en la Botica “Corazón y Vida”- Satipo 2023? Y con el objetivo general de establecer la relación entre la Gestión de la Calidad con la Atención al Cliente en la Botica “Corazón y Vida” Satipo – 2023, la metodología que se utilizó para esta investigación fue de tipo de investigación: Correlacional, nivel de investigación: Explicativo – Correlacional y diseño de investigación: No experimental. La técnica empleada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario el cual estaba constituido con 20 preguntas las cuales fueron aplicadas a la muestra que constaba de 10 trabajadores de la botica “Corazón y Vida”, del cual el resultado fue: Existe relación significativa entre la Gestión de la Calidad y la Atención al Cliente en la botica “Corazón y Vida” – Satipo, 2023. La conclusión fue que no se cumplen los objetivos ya que no existe el trabajo en equipo en la empresa y a su vez consideran que algunas veces las boticas de su entorno son más competitivas ya que ofrecen bienes a precios más económicos y esto logra convencer a los clientes

**Palabras claves:** Atención al Cliente, Calidad, Gestión, Servicios.

## ABSTRACTS

Currently, Quality Management and Customer Service are two terms widely used in companies, since it is necessary for them to work in coordination to promote continuous improvement throughout an entire company. That is why in the investigation the following problem was posed: How is Quality Management related to Customer Service in the “Corazón y Vida” Pharmacy - Satipo 2023? And with the general objective of establishing the relationship between Quality Management with Customer Service in the “Corazón y Vida” Satipo Pharmacy – 2023, the methodology used for this research was research type: Correlational, level of research: Explanatory – Correlational and research design: Non-experimental. The technique used was the survey and the instrument was the questionnaire which was made up of 20 questions which were applied to the sample that consisted of 10 workers from the “Corazón y Vida” pharmacy, of which the result was: There is a significant relationship between Quality Management and Customer Service in the “Corazón y Vida” pharmacy – Satipo, 2023. The conclusion was that the objectives are not met since there is no teamwork in the company and at the same time they consider that sometimes The pharmacies in your area are more competitive since they offer goods at cheaper prices and this manages to convince customers.

**Keywords:** Customer Service, Quality, Management, Services.

## I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

A nivel mundial según lo mencionado por Malpartida, Granada & Salas (2021) “muchas empresas integraron los estilos de la filosofía japonesa, donde se hace mayor hincapié en brindar una alta calidad de servicio” por motivo al acelerado crecimiento de las ciudades, muchos negocios se ven afectados por las medidas que son determinadas por sus gobiernos, y por esta razón se ven forzadas a dar un buen servicio, por medio de habilidades que se consoliden a las normas determinadas y que alcancen el deleite de los consumidores que cada vez son más exigentes. Así mismo para (2018) “la calidad del servicio repercute directamente en la satisfacción del cliente, por ende, contar con un personal capacitado y brindar una atención personalizada genera ventaja competitiva”.

En Chile las empresas han desempeñado una función importante para la economía, donde sus consecuencias superan el 60% del PIB, como también un 60% de ocupaciones, esto genera una buena realización nacional del país, asimismo estas dificultades se presentan como la mala administración, esto se debe a que los dueños abandonan sus metas y objetivos, asimismo esto entorpece el uso apropiado de sus recursos generando desventajas competitivas. De la misma forma la mala atención al cliente crea una incomodidad que no encomiendan a sus demás conocidos debido a los constantes problemas que tienen las sociedades. Luco (2019)

El sector farmacéutico en el Perú es una de las industrias más importantes puesto que, es la responsable de suministrar medicamentos que resguardan la salud humana, así como también animal, y por lo tanto su importancia reside básicamente en atender la salud y acrecentar la esperanza de vida de los pobladores. MINSA (2019). Asimismo, la industria farmacéutica peruana ha logrado adelantos significativos, como se manifiesta en las apreciaciones de incremento y sostenibilidad: las ventas farmacéuticas subieron de \$1580 millones en 2016 a 1740 millones de dólares en 2017 y en 2018, los ingresos acrecentaron un 6,2 % hasta \$1850 millones, en 2019 en \$1920 millones, esta no es exento a la recesión de la pandemia del siglo XXI en las producciones.

A nivel regional según Espinoza, Gamarra, Torres & Villanueva (2017) la atención pública en el sector salud es uno de las secciones con más categoría en el Perú por su

correlación continua con la ciudad y el desarrollo de los demás secciones financieras en la región, por lo que el Gobierno Peruano, ha proporcionado cuidado y premura para el desarrollo razonable de la misma, este horizonte de atención pública muestra dificultades graves “en la gestión de recursos para la prestación de servicios de salud a los usuarios, debido al inadecuado proceso de abastecimiento de recursos, asimismo este nivel de atención se encuentra lejos de la tecnología moderna e innovadora por el escaso recursos económico que enfrenta así como centrar lo servicios en papeles de trabajo que la hacen ineficiente e improductiva.”.

La botica “Corazón y Vida”, desde el año 2019 se dedica a la venta de productos farmacéuticos y también brindar servicios como son: aplicación de inyectables, curaciones, electrocardiogramas y cirugías menores, está ubicada en la Provincia de Satipo, Región Junín, exactamente frente al hospital Manuel Ángel Higa Arakaki de Satipo, la botica ha ido ganando compradores, pero sin embargo en la Provincia de Satipo hay muchas empresas del mismo rubro y eso genera que los compradores acudan a la competencia, porque buscan una buena atención, y a su vez buscan recibir productos a bajo precio y que estos sean de calidad.

Lamentablemente por la pandemia del Covid-19, la falta de capacitaciones, los precios elevados del mercado farmacéutico, la Gerente General de la Botica “Corazón y Vida” no ha podido realizar una buena gestión de calidad y control en la atención al cliente, descuidándolos de manera relevante y esto provoca que se ofrezca un servicio de mala calidad, que los trabajadores estén desmotivados y poco comprometidos con la organización y también genera que los ingresos bajen cada vez más. Actualmente, la empresa no cumple con los estándares de calidad, no realiza capacitaciones para los trabajadores en el tema de atención al o los clientes. Por ello, la presente investigación buscar hallar el grado de correlación entre ambas variables y así poder poner en práctica los resultados de esta, para que en la empresa los trabajadores brinden una buena atención teniendo en cuenta las necesidades del cliente.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **Problema General**

¿Cómo se relaciona la Gestión de la Calidad con la Atención al Cliente en la Botica “Corazón y Vida”- Satipo 2023?

### **Problemas específicos**

¿Cuál es la relación entre los clientes y la Gestión de la Calidad en la Botica “Corazón y Vida”- Satipo 2023?

¿Cuál es la relación entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad en la Botica “Corazón y Vida” – Satipo 2023?

¿Cuál es la relación entre la organización y la Gestión de la Calidad en la Botica “Corazón y Vida”- Satipo 2023?

### **JUSTIFICACIÓN**

El presente proyecto de investigación tiene justificación práctica porque según Bernal (2010) la justificación práctica “es cuando su desarrollo de la investigación ayuda a resolver un problema o, por lo menos propone estrategias que al aplicarse contribuirán a resolverlo y también porque genera información que podría utilizarse para tomar medidas tendientes a mejorar ese sector”, en este caso se ayudara a la empresa a superar las deficiencias que tenga con respecto a la Atención al Cliente y la Gestión de la Calidad.

Para Álvarez (2020) la justificación teórica involucra el hecho de describir cuáles son los conocimientos existentes y menciona que “hay distintos argumentos para justificar la importancia de la investigación desde el punto de vista teórico y se pueden ver distintas revistas que tienen una sección que solicitan la importancia de la investigación siendo la justificación teórica un elemento principal para justificar la importancia”, en este caso se justifica teóricamente por que el presente proyecto nos permitirá conocer a fondo la importancia de la aplicación de la Gestión de Calidad y la Atención al Cliente en la empresa siendo mediante referencias bibliográficas.

Para Bernal (2010) se justificación metodológicamente cuando en la investigación se propone o se llega a desarrollar un método o alguna estrategia que permita a la empresa obtener instrucciones confiables, y en este caso se aplicara una encuesta a los clientes de la

empresa para conocer los resultados y poder hallar la relación entre las variables de Gestión de Calidad y la Atención al Cliente mediante el programa de IBM Statistic SPSS.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Establecer la relación entre la Gestión de la Calidad con la Atención al Cliente en la Botica “Corazón y Vida” Satipo - 2023.

### **Objetivos específicos**

Establecer la relación entre los clientes y la Gestión de la Calidad en la Botica “Corazón y Vida” Satipo – 2023.

Establecer la relación entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad en la Botica “Corazón y Vida” Satipo – 2023.

Establecer la relación entre la organización y la Gestión de la Calidad en la Botica “Corazón y Vida” Satipo – 2023.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes

#### Antecedentes internacionales

Rivera (2019) en su tesis titulada *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*, el propósito fue optar el grado académico de magister en Administración de Empresas, objetivo general fue Evaluar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la Empresa Greenandes de la ciudad de Guayaquil, aplico la encuesta como instrumento de recolección de datos, fue aplicada a 180 clientes del cual los resultados que obtuvo el autor fueron: el 17% consideran que la empatía es una de las mayores brechas positivas, el 31% de los encuestados consideran que se sienten bastante de acuerdo con la dimensión de capacidad de respuesta con respecto a que los empleados no están demasiado ocupados para responder requerimientos, el 34% están totalmente de acuerdo con la dimensión de los empleados son siempre amables y respetuosos, el 38% se encuentra bastante de acuerdo con que los empleados brindan una atención personalizada y el 63.33% considera que es importante el servicio del tiempo promedio y concluye que la investigación le permitió conocer las necesidades de los clientes al momento de contratar los servicios que ofrece la empresa.

Cuba (2019) en su trabajo de investigación titulado *Diseño de un sistema de Gestión de la Calidad basado en la Norma NB-ISO 9001:2015 en la Planta de producción para mercado nacional de la empresa Alimentos IRUPANA ANDEAN ORGANIC FOOD S.A en La Paz - Bolivia*, el objetivo fue optar el grado de Licenciada en Ingeniería Industrial, objetivo principal fue Diseñar un Sistema de Gestión de la Calidad bajo los lineamientos de la Norma NB-ISO 9001 versión 2015, la metodología que empleo el autor fue realizar el diagnóstico con la información brindada por la empresa y entrevistar a los trabajadores directos, los resultados que obtuvo el autor son: el 52% de los encuestados indica que, si tienen implementadas actividades, la conclusión es que después de elaborado el diagnóstico de la situación actual de la empresa en relación con los requisitos y reglamentos de la Norma ISO 9001:2015 obtuvieron un 11% de cumplimiento, definieron el alcance y los procesos que forman parte del sistema de Gestión de la Calidad.

Anrango (2019) en su tesis titulada *Análisis comparativo de la Calidad de servicio y Satisfacción al cliente en las farmacias independientes Vs. Las de Cadena en el DMQ. Administración Eloy Alfaro Periodo 2018 – 2019, en Quito – Ecuador*, el autor tuvo el propósito de obtener el grado de Tecnólogo en Administración de Boticas y Farmacias donde su objetivo general fue Analizar la calidad de servicio y satisfacción del cliente mediante la investigación verificando así la preferencia e atención entre farmacias independientes vs. Farmacia de cadena, la metodología que empleo el autor fue de tipo investigación de campo y la población de la Administración Zonal Eloy Alfaro es de 430447 habitantes, la herramienta que empleo fue la encuesta y sus resultados obtenidos fueron: el 43% de los encuestados indican que acudieron al médico de cabecera, el 41% de los encuestados indican que su compra de medicamentos sin receta del médico debido a su confianza en su farmacéutico, el 36% opina que la percepción que tiene de las cadenas farmacéuticas es debido a que son empresas fundamentales para la sociedad y su conclusión fue que “las expectativas de los clientes en el sector farmacéutico han ido incrementando significativamente ya que con el uso de la tecnología específicamente el internet cada vez más tiene conocimiento o una noción del producto”.

### **Antecedentes nacionales**

Chuquista y Montenegro (2021) presentaron en su tesis titulada *Calidad de servicio en la satisfacción del cliente de Compartamos Financiera S.A. en la ciudad de Chiclayo 2020*, para optar el grado de licenciados en administración, el objetivo general de su investigación fue determinar la relación entre calidad del servicio y satisfacción del cliente en Compartamos Financiera de la ciudad de Chiclayo 2020, la metodología que emplearon los autores fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo y explicativo, con enfoque cuantitativo. Su muestra estuvo constituida por 351 clientes del establecimiento, aplicaron la encuesta como técnica de recolección de datos el cual constaba con 29 preguntas, del cual los resultados que obtuvieron fueron: el 51.5% de los clientes encuestados consideran que el establecimiento de la Financiera cuenta con equipamiento moderno, el 26.9% de los encuestados consideran que la financiera proporcionada prudentemente sus materiales publicitarios en donde da a conocer sus servicios, el 50.9% de los encuestados consideran que la financiera muestra un interés positivo ante algún reclamo e intentar resolverlo, para el



24.6% de los clientes encuestados los colaboradores de la financiera tienen un trato apacible y cordial, el 51.5% de los encuestados consideran que la financiera si brinda información oportuna del servicio que brindan. Conclusión: llegaron a la conclusión de que si existe una relación positiva entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción al cliente en la institución Compartamos Financiera de la ciudad de Chiclayo 2020.

Ferrero (2019) en su tesis titulada *Gestión de la calidad y la satisfacción del cliente de la empresa de seguridad Tacna S.A.C, 2018*, con el propósito de obtener su grado de ingeniero de la producción y administración, el objetivo general de su investigación fue determinar la influencia de la gestión de la calidad en la satisfacción de los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC. La metodología empleada por el autor fue de diseño transversal – descriptivo y con nivel explicativo – causal, su población y su muestra estuvieron constituidas por 11 clientes de la mype seguridad Tacna S.A.C, a los cuales el autor aplicó una encuesta con 26 preguntas de los cuales los resultados que obtuvo fueron: para el 81.82 % de los compradores encuestados manifiestan que el equipamiento es moderno y adecuado, al 54.55 % les agrada que los colaboradores estén uniformados y presentables, el 54.55 % de los consumidores mencionan estar de acuerdo con que la empresa cumpla con los cláusulas y especificaciones del contrato de servicio, para el 81.82 % los colaboradores si están capacitados y brindan un servicio de calidad y seguro. Conclusión: el autor concluyo que no existe un dominio estadísticamente, por lo tanto, no hay relación entre la gestión de la calidad y la satisfacción de los clientes.

Erazo (2019) en su tesis titulada *Gestión de calidad y atención al cliente en las mype comerciales rubro bodegas de urbanización los Titanes, Piura año 2019*, para optar el grado de licenciada en administración, su objetivo principal fue determinar las características que tiene la Gestión de Calidad y Atención al cliente en las MYPE, rubro bodegas en la Urbanización Los Titanes Piura año 2019, la metodología que manejo la autora fue una investigación descriptiva con nivel cuantitativo de diseño no experimental y corte transversal. Su población estuvo constituida por 4 mypes del rubro bodegas, su muestra fueron 384 clientes de esos establecimientos, para recolectar información la autora empleo la técnica de la encuesta y el instrumento - cuestionario que estaba conformado por 21 preguntas cerradas que fueron aplicados al total de la muestra, del que los resultados fueron: el 93.23% de los

compradores encuestados consideran que los bienes que adquiere en la bodega satisface sus necesidades, el 93.49% de las personas encuestadas revelan que la bodega ha tenido un crecimiento en los últimos años , para un 93.75% de los consumidores señalan que los trabajadores de la bodega los atienden siempre con respeto así mismo un 83.33% también manifiestan que los trabajadores de la bodega tienen un trato amable, al 94.27% les gustaría que la bodega haga reparto por delivery, para el 81.25% de los compradores la atención es de manera inmediata y para el 18.75% no lo es, el 83.85 % de los consumidores si recomendaría la bodega a sus familiares y amigos. La conclusión a la que llego la autora fue que en gran mayoría las pequeñas empresas del rubro bodegas se ganan la confianza de sus clientes por medio del crecimiento de su negocio, perfeccionando el servicio al pasar de los años, para que el cliente este satisfecho deben evitar retrasos durante la compra y venta del bien, la satisfacción del cliente se basa en que el consumidor encuentre todos los productos que busque para ello se debe extender la gama de bienes para atraer más consumidores.

### **Antecedentes locales**

Galindo (2020) en su tesis titulada *Caracterización de Gestión de Calidad de las mypes del sector comercio, rubro botica del distrito y provincia de Satipo, periodo 2018*, tesis para optar el grado de bachiller en ciencias administrativas, su objetivo general fue “Describir las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES, sector comercio, rubro boticas del Distrito de Satipo, Provincia de Satipo, periodo 2017 – 2018”. La metodología que empleo el autor fue cuantitativa con nivel descriptivo, su población fueron 18 boticas, de las cuales 5 fueron su muestra. La técnica que empleo fue un cuestionario estructurado con 14 preguntas. Resultados: el 80% de las mypes están formalizadas y el otro 20% no lo está, el 60% de los encuestados realizan capacitaciones a sus colaboradores y el 40% no lo hace, el 40% de los encuestados mencionan que la prioridad ante los clientes es la atención rápida, para el 20% el tiempo de espera. El otro 20% la limpieza y el 20% considera el buen trato y respecto a la atención de calidad para el 80% menciona que si recibió capacitación sobre el tema de calidad y el 20% no recibió capacitación. Conclusión: la conclusión a la que llego el autor fue que los representantes legales encuestados mencionaron que la capacitación es una buena inversión, ya que son

elementos fundamentales para el progreso económico y gestión industrial del sector comercio, exactamente en el rubro de boticas en la Provincia de Satipo.

Porras (2019) en su tesis titulada *Calidad de atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la botica Abefarma - Satipo 2019*, con el propósito de optar el grado de licenciada en administración, el objetivo general de su tesis fue determinar la relación de la calidad de atención al cliente con el nivel de ventas de la Botica Abefarma – Satipo 2019. Metodología: de tipo cuantitativa, con nivel descriptivo y diseño correlacional. Su población estuvo conformada por 30 compradores y su muestra por 35 compradores. Técnica e instrumento: la autora empleo la técnica del cuestionario y el instrumento de la encuesta a su vez empleo la técnica del registro de ventas. Resultados: el 68,57% de los clientes encuestados están conformes en que la atención brindada es bueno e inmediato, el 28,57% de los clientes consideran que el establecimiento siempre está limpio y ordenado, para el 14,29% los colaboradores de la farmacia si saben orientarlos. Conclusión: la autora llego a la conclusión de que la variable calidad de atención al cliente si se relaciona con la variable influencia en el nivel de ventas.

Samaniego (2019) en su tesis titulada *La gestión de calidad y Marketing en las micro y pequeñas empresas, Rubro Boticas distrito y Provincia de Satipo, Región Junín -2018*, para que pueda optar el grado académico de bachiller en Ciencias Administrativas, el objetivo general de su investigación fue Determinar las características de la Gestión de calidad y marketing en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas, distrito y provincia de Satipo, región Junín – 2018, la metodología empleada por el autor fue el método general científico aplicado, su muestra estuvo constituida por 16 gerentes y/o dueños de las boticas del distrito de Satipo, para la recolección de datos aplicaron el cuestionario que estuvo constituido por 20 interrogantes de los cuales sus resultados fueron: el 81.25% consideran regular a lo que los representantes responden a cerca de lo que considera que aplica las diferentes fórmulas para lograr persuadir y motivar el capital empresarial, el 62.50% consideran regular lo que aplican como planificación de su plan estratégico como empresa en sus metas, objetivos y procesos, el 93.75% de los encuestados consideran regular conocer a sus trabajadores, responsabilidades y su constante evaluación y auditorias y para el 50% de encuestados consideran considerable identificar las oportunidades que permiten a la empresa satisfacer

las necesidades y deseos de los consumidores y concluye que con respecto a la Gestión de la Calidad el 6.25% consideran escaso y respecto al Marketing el 6.25% de encuestados considera escaso.

## **2.2. Bases teóricas**

- **EMPRESA**

Según Romero (2006), “La empresa es la más común y constante actividad organizada por el ser humano, la cual, involucra un conjunto de trabajo diario, labor común, esfuerzo personal o colectivo e inversiones para lograr un fin determinado”.

- **GESTIÓN DE CALIDAD**

Según Botje (2014): Las organizaciones tienen el reto de convertir su gestión para lograr una “rentabilidad patrimonial”, y calidad para la satisfacción de sus consumidores. Fundamentando que trabajan en un ambiente que cambia rápidamente y corresponde vivir dispuestos a los cambios para poder resolver los negocios, sin que se afecte la calidad de sus productos o servicios.

Desde el punto de vista de Chang (2016) la calidad ha sido un tema de indagaciones y estudios desde hace siglos, así como en la época de la Revolución Industrial las características de calidad se exploraban mediante investigaciones con el interés de revelar bienes imperfectos y crear normas de calidad.

Para Llanes, Isaac, Moreno y García, (2014): la gestión de la calidad no debe marchar de manera abandonada con relación a otros métodos de gestión, como la “responsabilidad social empresarial (RSE), medio ambiente y seguridad y salud en el trabajo (SST)”. Así mismo es importante afirmar que cada uno de los métodos de gestión trabajen de coordinadamente, completando métodos y promoviendo la mejora continua en toda una empresa.

## **DIMENSIONES**

### **Necesidades**

Según el Diccionario de Cultural S.A definen necesidad como: “objeto, servicio o recurso que es necesario para la supervivencia, bienestar o confort de una persona, del que es difícil substraerse”.

## **Motivación**

Para Chiavenato (2017) la motivación es “el resultado de la interacción entre el individuo y la situación que lo rodea. Dependiendo de la situación que viva el individuo en ese momento y de cómo la viva, habrá una interacción entre él y la situación que motivará o no al individuo”.

## **Calidad**

Según Horovitz (1991) la calidad es “la actitud del cliente con el producto ya que cambia a medida que conoce mejor el producto y mejore su nivel de vida, el cliente cambia sus exigencias con respecto a calidad, el cual espera y desea lo mejor”.

## **INDICADORES**

**Servicio:** Para Richard L. Sandhusen, (2002) "los servicios son actividades o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta".

**Recurso:** Westreicher (2020) “el recurso es aquel medio utilizado para cumplir un fin”.

**Bienestar:** “estado de la persona humana en el que se le hace sensible”. Significados (2021)

**Medios:** Según Pierre (1989) son “técnicas modernas de difusión masiva o mecanismos de difusión”.

**Conducta:** “Es conveniente hablar de ella como de la acción del organismo sobre el mundo exterior”. Skinner (1938)

**Acciones:** “En el medio financiero, una acción a un título emitido por una sociedad determinada, y que equivale al valor monetario”. Raffino (2021)

**Gestión:** Porto y Merino (2008) “se encarga de organizar y de administrar los recursos de manera oportuna”.

**Requisitos:** “Es una condición necesaria para tener acceso a algo”. Significados (2021).

**Estrategia:** “Son acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados”. Significados (2021).

- **ATENCIÓN AL CLIENTE**

Según Da Silva (2020) “el servicio de atención a los clientes es una herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos de contacto con los clientes, a través de diferentes canales, para establecer relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta”, y menciona que sus objetivos, son: asegurar que los bienes y/o servicios sean entregados a los consumidores y que se cumpla con las expectativas de los mismos.

Así mismo, el autor menciona en su artículo que según Zendesk las predisposiciones de la satisfacción de los consumidores, mostró que para el 50% de consumidores comprarían a un competidor, posteriormente de tener una mala expectativa de la empresa y KPMG concluyó que “centrarse en el cliente es la principal estrategia para aumentar la competitividad y la rentabilidad, tras analizar los seis pilares de la experiencia del cliente”

Para Echeverry (2016) en su tesis para optar el título de administración de empresas cita al autor Humberto (2010), el cual menciona que actualmente los mercados tienen mucha competitividad y por ello investigan la forma de lograr superioridad ante las demás empresas del sector, ya que conseguir que los consumidores los prefieran es su principal objetivo, es por ello que es necesario brindar una buena atención, respetando las sugerencias y opiniones de los clientes.

## **DIMENSIONES**

### **Clientes**

Según el libro "Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?: “menciona que la palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la (persona que depende de), es decir mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer”.

### **Satisfacción**

“Es la acción y efecto de satisfacer o satisfacerse. Este verbo refiere a pagar lo que se debe, saciar un apetito, sosegar las pasiones del ánimo, cumplir con ciertas exigencias, premiar un mérito o deshacer un agravio”. Pérez y Gardey (2011)

### **Organización**

Para Ferrell, Hirt, Adriaenséns, Flores y Ramos (2004) la "organización consiste en ensamblar y coordinar los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, que son necesarios para lograr las metas, y en actividades que incluyan atraer a gente a la organización, especificar las responsabilidades del puesto, agrupar tareas en unidades de trabajo, dirigir y distribuir recursos y crear condiciones para que las personas y las cosas funcionen para alcanzar el máximo éxito".

## **INDICADORES**

**Marketing:** “es un sistema total de actividades de negocios ideado para de lograr objetivos”. Stanton, Etzel y Walker (2004).

**Expectativas:** “La expectativa es la posibilidad razonable de que un acontecimiento suceda”. Westreicher (2020)

**Exigencias:** Porto y Merino (2017) “Se trata del acto y la consecuencia de exigir: demandar, pedir algo de manera imperiosa”. Seguridad “También es la sensación de confianza”.

**Éxito:** “Resultado feliz y satisfactorio de un asunto, negocio o actuación”. Significados (2021).

**Resultados:** “se refiere a efecto, consecuencia o conclusión de una acción”. Yirda (2021).

**Metas:** “es el resultado esperado de un sistema, una acción o una trayectoria” Raffino (2021)

**Objetivos:** “Es el fin al que se desea llegar o la meta que se pretende lograr”. Significados (2021)

**Entorno:** Para Álvarez, C (1997) “el objetivo es la aspiración, el propósito, el resultado a alcanzar”.

### **2.3. Hipótesis**

#### **Hipótesis general**

La Gestión de Calidad se relaciona significativamente con la Atención al Cliente en la botica “Corazón y Vida”, Satipo – 2023

#### **Hipótesis específicas**

Los clientes se relacionan significativamente con la Gestión de Calidad en la Botica  
“Corazón y Vida”, Satipo – 2023

La satisfacción se relaciona significativamente con la Gestión de Calidad en la Botica  
“Corazón y Vida”, Satipo – 2023

La organización se relaciona significativamente con la Gestión de Calidad en la Botica  
“Corazón y Vida”, Satipo – 2023



### **III. METODOLOGÍA**

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

Para Valderrama (2017) “el nivel de una investigación se refiere al grado de conocimiento que posee el investigador en relación con el problema, hecho o fenómeno a estudiar y de igual modo cada nivel de investigación emplea estrategias adecuadas para llevar a cabo el desarrollo de la investigación”, en este caso el nivel de investigación empleado fue explicativo – correlacional.

Según Sampieri (1994) el tipo de investigación puede ser explicativo, descriptivo, correlacional o exploratorio y los estudios explicativos son cuando manifiestan a los orígenes de los acontecimientos físicos o sociales, de tipo descriptivo porque buscan analizar a las personas o grupos para hallar un resultado, de tipo correlacional porque buscan hallar la correlación entre las variables y de tipo exploratorio por que su objetivo es explorar un tema o inconveniente de investigación que no se haya investigado. El tipo de investigación empleado fue correlacional porque buscábamos conocer el grado de correlación entre ambas variables.

Según Kerlinger (1979) el diseño de investigación es: experimental y no experimental, de lo cual menciona que ambos son notables y obligatorios, ya que cada uno posee sus particularidades, y la decisión sobre qué variedad de investigación y diseño específico hemos de escoger o desenvolver de acuerdo al planteamiento del problema, la importancia del estudio y las hipótesis. El diseño de esta investigación fue no experimental.

#### **3.2. Población y muestra**

Para Pérez (2012): Población o universo es el conjunto de personas, cosas o fenómenos sujetos a investigación, que tienen algunas características definitivas. Ante la posibilidad de investigar el conjunto en su totalidad, se seleccionará un subconjunto al cual se denomina muestra. La muestra es habitualmente, el investigador no trabaja con todos los elementos de la población que estudia sino sólo con una parte o fracción de ella; a veces, porque es muy grande y no es fácil abarcarla en su totalidad. Por ello, se elige una muestra representativa y los datos obtenidos en ella se utilizan para realizar pronósticos en poblaciones futuras de las mismas características. En esta investigación la población y muestra estuvo constituida por 10 trabajadores de la empresa botica “Corazón y Vida” de la provincia de Satipo.

A su vez según Hernández citado en Castro (2003), enuncia que "si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra" (p.69). Lo señalado por este autor permite inferir, que si se toma el total de la población entonces no se aplicará ningún criterio muestral.

### **3.3. Variables definición y operacionalización**

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERATIVA	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	CATEGORÍAS O VALORACIÓN
<b>VARIABLE N°01: GESTIÓN DE CALIDAD</b>	La variable N°1 "GESTION DE CALIDAD", fue evaluada por medio de un cuestionario que contiene diversos ítems, teniendo en cuenta los indicadores para su óptima ejecución.	Necesidades Motivación Calidad	Servicio Recurso Bienestar Medios Conducta Acciones Gestión Requisitos Estrategia	LIKERT	5 = Siempre 4 = Casi siempre 3 = Algunas veces 2 = Muy pocas veces 1 = Nunca
<b>VARIABLE N°02: ATENCIÓN AL CLIENTE</b>	La variable N°2"ATENCIÓN AL CLIENTE", fue evaluada por medio de un cuestionario que contiene diversos ítems, teniendo en cuenta los indicadores para su óptima ejecución.	Clientes Satisfacción Organización	Marketing Expectativas Exigencias Seguridad Éxito Resultados Metas Objetivos Entorno	LIKERT	5 = Siempre 4 = Casi siempre 3 = Algunas veces 2 = Muy pocas veces 1 = Nunca

Tabla 1:Operacionalización de las variables Gestión de Calidad y Atención al Cliente

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

Después de realizar la operacionalización de ambas variables e indicadores de la investigación, el instrumento para la recolección de datos será un cuestionario con escalas de Likert y la técnica será la encuesta para poder comprobar la hipótesis y las incógnitas expuestas.

La escala de Likert consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide la reacción de los sujetos a los que se les administra. Es decir, se presenta cada afirmación y se pide al sujeto que externé su reacción eligiendo uno de los cinco puntos de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico.

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

Después de aplicar el cuestionario a cada trabajador se procederá a tabular los datos y para poder visualizarlos se expondrán en gráficos circulares o de pastel.

Según Cozby (2005) “para determinar el coeficiente Cronbach el investigador calcula la correlación de cada reactivo o ítem con cada uno de los otros, resultando una gran cantidad de coeficientes de correlación. El valor de  $r$  es el promedio de todos los coeficientes de correlación”

Para hallar el grado de correlación entre las variables se empleará la aplicación de IBM SPSS Statistics versión 25, para de esa manera obtener un porcentaje verídico para poder probar las hipótesis planteadas anteriormente y llegar a una conclusión.

### **3.6. Aspectos éticos**

Antes de realizar la investigación en la empresa se presentó una solicitud a la encargada de la botica “Corazón y Vida” en donde se le informa el título de la tesis y en que consiste, a su vez antes de aplicar el cuestionario a los colaboradores se les informo y se le aclaró las dudas que tenían y para no afectar su trabajo el cuestionario será anónimo.

Según la ULADECH (2023) la investigación debe estar basada en principios éticos como son:

- Respeto y protección de los derechos de los intervinientes: la privacidad de todas las personas que intervienen se debe respetar y conservarla como anónima, también respetaremos la dignidad de cada uno de ellos y diversidad cultural.
- Cuidado del medio ambiente: debemos respetar el lugar donde estemos llevando a cabo la investigación, proteger las especies y preservar la biodiversidad.

- Libre participación por propia voluntad: se debe dar a conocer el propósito y la finalidad de la investigación, así cada una de las personas que intervengan puedan expresarse y puedan participar voluntariamente.
- Beneficencia, no maleficencia: las respuestas obtenidas de las encuestas no deben ser empleadas para dañar a los demás.
- Integridad y honestidad: se debe ser transparente con la expansión responsable de la exploración.
- Justicia: se debe tomar las precauciones necesarias para que los participantes sean tratados equitativamente.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Resultados

**Tabla 1**

*Relación entre la Gestión de Calidad y la Atención al Cliente en la Botica “Corazón y Vida”*

– 2023.

<b>¿Considera usted, que se debe ampliar la cartera servicios?</b>		
RESPUESTAS	MUESTRA	%
Siempre		0.0%
Casi Siempre		0.0%
Algunas Veces	4	40.0%
Muy pocas veces		0.0%
Nunca	6	60.0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>
<b>¿Conoce Ud. los recursos con los que cuenta la organización para una gestión eficaz?</b>		
RESPUESTAS	MUESTRA	%
Siempre		0.0%
Casi Siempre		0.0%
Algunas Veces	1	10.0%
Muy pocas veces	4	40.0%
Nunca	5	50.0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>
<b>¿Considera usted que el bienestar de los clientes es primordial para la empresa?</b>		
RESPUESTAS	MUESTRA	%
Siempre		0.0%
Casi Siempre	5	50.0%
Algunas Veces	5	50.0%
Muy pocas veces		0.0%
Nunca		0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>
<b>¿Emplean medios de distribución, como el delivery?</b>		
RESPUESTAS	MUESTRA	%
Siempre		0.0%
Casi Siempre		0.0%
Algunas Veces		0.0%
Muy pocas veces	3	30.0%
Nunca	7	70.0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>
<b>¿Considera usted que la conducta o emociones de los clientes influyen al realizar una compra?</b>		
RESPUESTAS	MUESTRA	%
Siempre		0.0%
Casi Siempre	4	40.0%
Algunas Veces	6	60.0%
Muy pocas veces		0.0%
Nunca		0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>
<b>¿Cuentan con alguna política de incentivos?</b>		
RESPUESTAS	MUESTRA	%
Siempre		0.0%
Casi Siempre		0.0%
Algunas Veces		0.0%
Muy pocas veces	4	40.0%
Nunca	6	60.0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>
<b>¿Conoce usted la misión y visión de la empresa?</b>		
RESPUESTAS	MUESTRA	%
Siempre		0.0%
Casi Siempre		0.0%
Algunas Veces	2	20.0%

Muy pocas veces	4	40.0%
Nunca	4	40.0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>
<b>¿Los requisitos como los equipos, artefactos y oficina están en buen estado?</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>MUESTRA</b>	<b>%</b>
Siempre		0.0%
Casi Siempre	2	20.0%
Algunas Veces	5	50.0%
Muy pocas veces	3	30.0%
Nunca		0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>
<b>¿El ambiente de trabajo y clima organizacional es el adecuado?</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>MUESTRA</b>	<b>%</b>
Siempre		0.0%
Casi Siempre		0.0%
Algunas Veces	3	30.0%
Muy pocas veces	4	40.0%
Nunca	3	30.0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>
<b>¿Existe en la empresa alguna estrategia de calidad?</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>MUESTRA</b>	<b>%</b>
Siempre		0.0%
Casi Siempre		0.0%
Algunas Veces		0.0%
Muy pocas veces	3	30.0%
Nunca	7	70.0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Tabla 2: Correlación entre la variable Gestión de Calidad y la Atención al Cliente en la botica "Corazón y Vida"

**Nota:** Esta tabla muestra la relación entre la variable gestión de calidad con la atención al cliente en la botica Corazón y Vida en la Provincia de Satipo 2023.

### Figura 1

Relación entre la Gestión de Calidad y Atención al Cliente

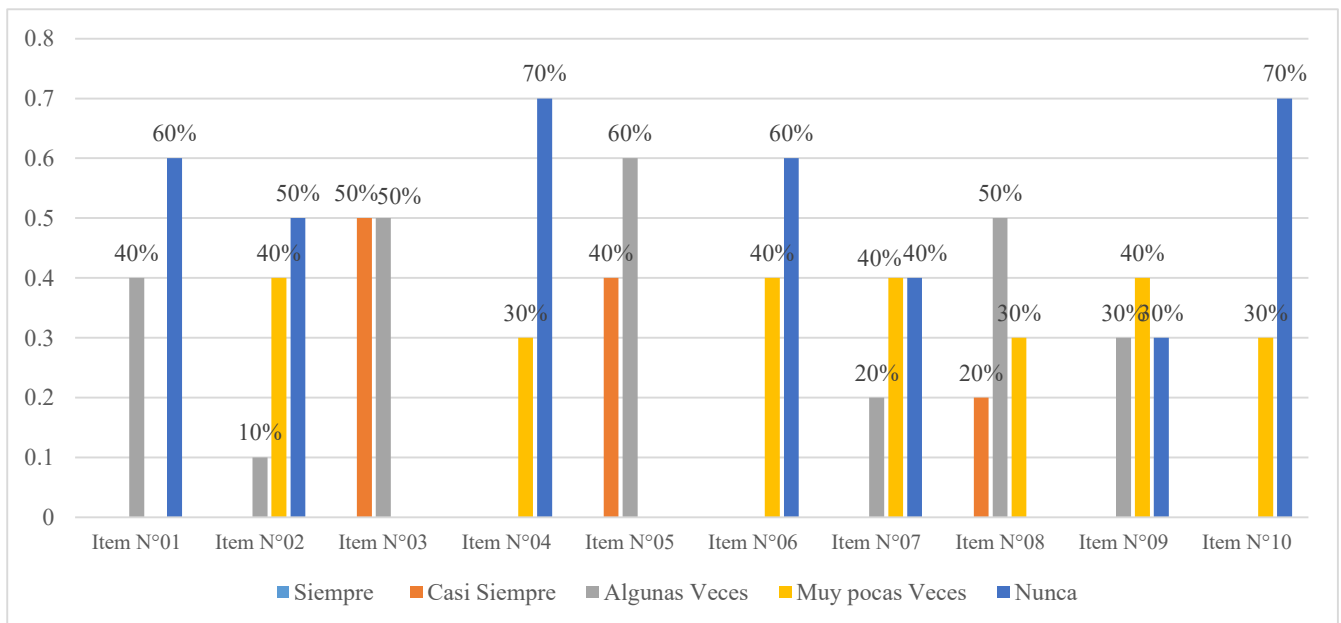


Figura 1: Relación entre la Gestión de Calidad y la Atención al Cliente en la botica "Corazón y Vida"

**Nota:** se observa que los encuestados consideran que no conocen los recursos con los que cuenta la empresa para llevar a cabo una gestión eficaz, a su vez que nunca ha existido alguna política de incentivos, no conocen la misión y visión de la empresa, y nunca ha existido en la empresa alguna estrategia de calidad.

**Tabla 2**

*Relación entre los clientes y la Gestión de la Calidad en la Botica “Corazón y Vida”.*

<b>¿Conoce usted el término “marketing”?</b>			
	<b>RESPUESTAS</b>	<b>MUESTRA</b>	<b>%</b>
Siempre			0.0%
Casi Siempre		3	30.0%
Algunas Veces		2	20.0%
Muy pocas veces		5	50.0%
Nunca			0.0%
<b>TOTAL</b>		<b>10</b>	<b>100%</b>
<b>¿Emplean el marketing en la empresa?</b>			
	<b>RESPUESTAS</b>	<b>MUESTRA</b>	<b>%</b>
Siempre			30.0%
Casi Siempre			0.0%
Algunas Veces		6	60.0%
Muy pocas veces		1	10.0%
Nunca		3	30.0%
<b>TOTAL</b>		<b>10</b>	<b>100%</b>
<b>¿Considera usted que, con cumplir las expectativas del cliente, este se hará fiel a la empresa?</b>			
	<b>RESPUESTAS</b>	<b>MUESTRA</b>	<b>%</b>
Siempre		2	20.0%
Casi Siempre		4	40.0%
Algunas Veces		3	30.0%
Muy pocas veces		1	10.0%
Nunca			0.0%
<b>TOTAL</b>		<b>10</b>	<b>100%</b>
<b>¿Será una exigencia, el que ustedes como trabajadores estén capacitados para brindar una buena atención?</b>			
	<b>RESPUESTAS</b>	<b>MUESTRA</b>	<b>%</b>
Siempre			0.0%
Casi Siempre		2	20.0%
Algunas Veces		4	40.0%
Muy pocas veces		4	40.0%
Nunca			0.0%
<b>TOTAL</b>		<b>10</b>	<b>100%</b>

*Tabla 3: Correlación entre los clientes y la Gestión de la calidad en la botica "Corazón y Vida"*

**Nota:** Esta tabla muestra la relación entre la dimensión clientes con la variable gestión de calidad en la botica Corazón y Vida en la Provincia de Satipo 2023.

**Figura 2**

*Relación entre los clientes y la Gestión de la Calidad*



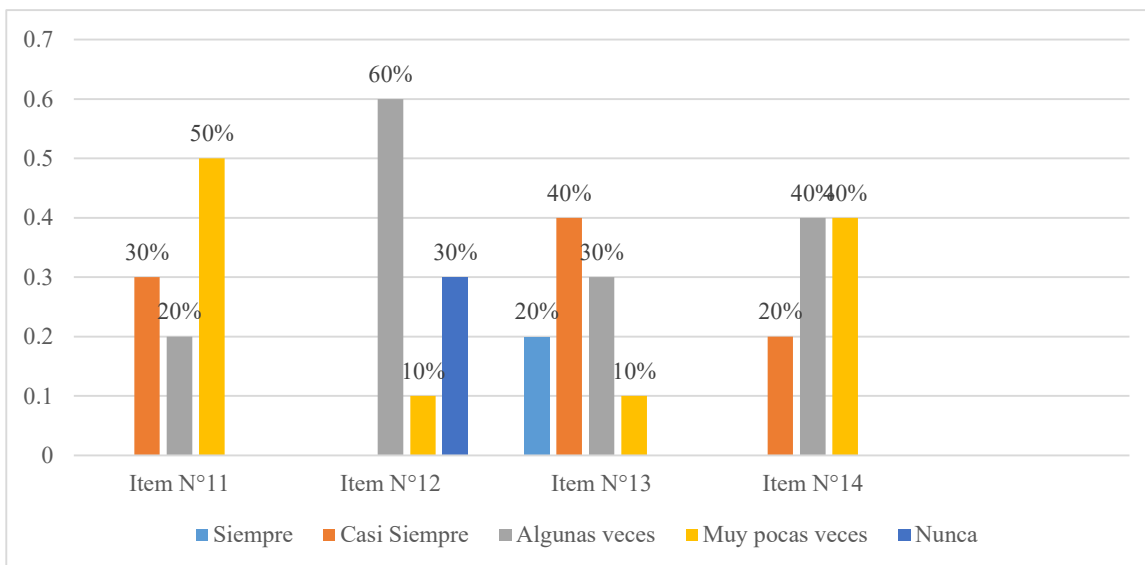


Figura 2: Clientes y Gestión de Calidad

**Nota:** los encuestados consideran que no emplean el marketing en la empresa y consideran que es responsabilidad del jefe el que los trabajadores estén capacitados para brindar una buena atención.

**Tabla 3**

*Relación entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad en la Botica "Corazón y Vida".*

¿Ud. Frecuentemente verifica y se asegura que los bienes que se encuentran en los anaqueles estén en buen estado?			
RESPUESTAS	MUESTRA	%	
Siempre			0.0%
Casi Siempre			0.0%
Algunas Veces	2		20.0%
Muy pocas veces	6		60.0%
Nunca	2		20.0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>		<b>100%</b>
¿Para lograr éxito en el mercado, considera usted que se debe generar fidelización?			
RESPUESTAS	MUESTRA	%	
Siempre			0.0%
Casi Siempre			0.0%
Algunas Veces	3		30.0%
Muy pocas veces	3		30.0%
Nunca	4		40.0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>		<b>100%</b>
¿Los resultados que obtienen se cumplen de acuerdo a lo planificado?			
RESPUESTAS	MUESTRA	%	
Siempre			0.0%
Casi Siempre			0.0%
Algunas Veces			0.0%
Muy pocas veces	2		20.0%
Nunca	8		80.0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>		<b>100%</b>

Tabla 4: Correlación entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad en la botica "Corazón y Vida"

**Nota:** Esta tabla muestra la relación entre la dimensión satisfacción con la variable gestión de calidad en la botica Corazón y Vida en la Provincia de Satipo 2023.

**Figura 3**

*Relación entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad*

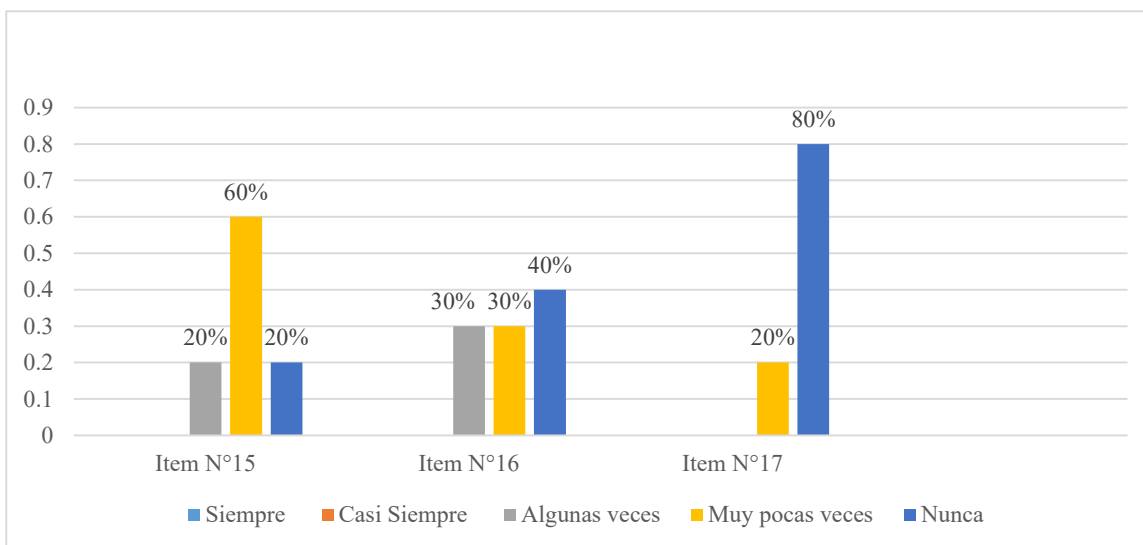


Figura 3: Satisfacción

**Nota:** se observa que los encuestados consideran que no verifican los bienes de anaqueles, ya que manifiestan que no cuentan con mucha disponibilidad, y no generan fidelización en el mercado.

**Tabla 4**

*Relación entre la organización y la Gestión de la Calidad en la Botica "Corazón y Vida".*

¿Las metas se cumplen en el tiempo programado?		
RESPUESTAS	MUESTRA	%
Siempre		0.0%
Casi Siempre	1	10.0%
Algunas Veces	1	10.0%
Muy pocas veces	4	40.0%
Nunca	4	40.0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>
¿Los objetivos que se plantean siempre son alcanzados?		
RESPUESTAS	MUESTRA	%
Siempre		0.0%
Casi Siempre		0.0%
Algunas Veces	3	30.0%
Muy pocas veces	7	70.0%
Nunca		0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>
¿Considera usted que las boticas de su entorno son más competitivas?		
RESPUESTAS	MUESTRA	%
Siempre		0.0%
Casi Siempre		0.0%
Algunas Veces	6	60.0%
Muy pocas veces	3	30.0%
Nunca	1	10.0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Tabla 5: Correlación entre la organización y la Gestión de la Calidad en la botica "Corazón y Vida"

**Nota:** Esta tabla muestra la relación entre la dimensión organización con la variable gestión de calidad en la botica Corazón y Vida en la Provincia de Satipo 2023.

**Figura 4**

*Relación entre la organización y la Gestión de la Calidad*

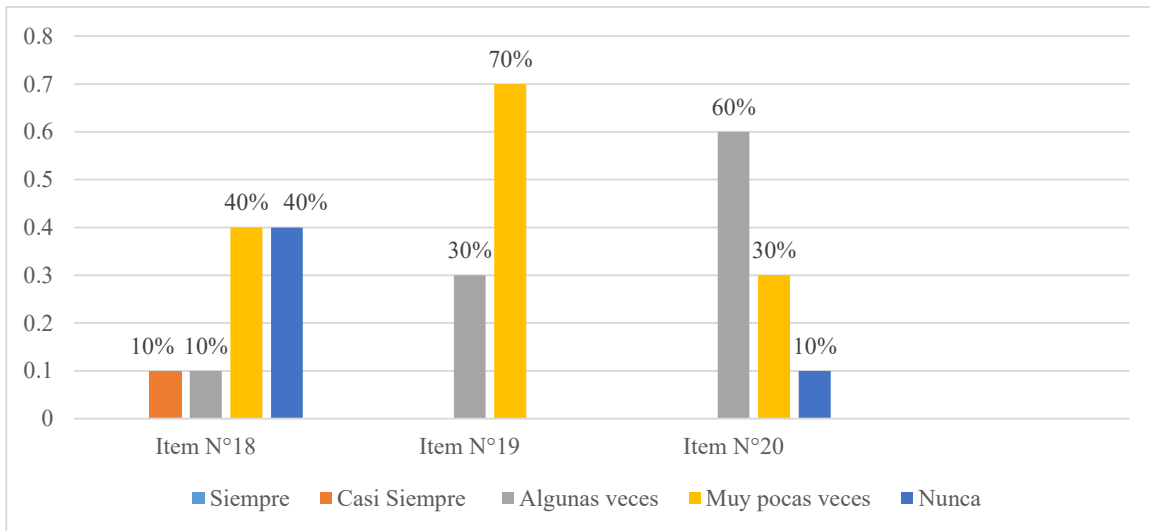


Figura 4: Organización

**Nota:** se observa que los encuestados consideran que los objetivos que se plantean no son alcanzados ya que no existe el trabajo en equipo en la empresa y consideran que las boticas de su entorno son más competitivas ya que ofrecen bienes a precios más económicos y esto logra convencer a los clientes.

## 4.2. Resultados Inferenciales

### • Hipotesis General

La Gestión de Calidad se relaciona significativamente con la Atención al Cliente en la botica “Corazón y Vida”, Satipo – 2023

- Hipotesis Nula ( $H_0$ ): No existe relación significativa entre la Gestión de la Calidad y la Atención al Cliente en la botica “Corazón y Vida” – Satipo, 2023.
- Hipotesis Alterna ( $H_1$ ): Existe relación significativa entre la Gestión de la Calidad y la Atención al Cliente en la botica “Corazón y Vida” – Satipo, 2023.

Prueba de hipótesis:

Por medio del programa IBM SPSS Statistics 25 se determinó la existencia de un margen de error del 0.029, el cual es menos al 5% por lo que se aprueba la hipótesis y se llega a la conclusión que si hay una relación directa entre las variables Gestión de la Calidad y la Atención al Cliente.

Intervalos	Categoría
0.00 – 0.19	Muy baja
0.20 – 0.39	Baja
0.40 – 0.59	Moderada
0.60 – 0.79	Buena
0.80 – 1.00	Muy buena

El grado de correlación de Pearson fue de 0.685, este valor se encuentra entre los intervalos de 0.60 al 0.79 el cual significa que entre la variable Gestión de Calidad y Atención al Cliente en la botica “Corazón y Vida” – Satipo, 2023 existe una buena correlación.

Decisión: Existe relación significativa entre la Gestión de la Calidad y la Atención al Cliente en la botica “Corazón y Vida” – Satipo, 2023.

### Tabla 5

*Correlación entre la Gestión de la Calidad y la Atención al cliente en la botica “Corazón y Vida” – 2023.*

		GC	AC
GC	Correlación de Pearson	1	.685*
	Sig. (bilateral)		.029
	N	10	10
AC	Correlación de Pearson	.685*	1
	Sig. (bilateral)	.029	
	N	10	10

Tabla 6: Correlación de Pearson de las variables Gestión de Calidad y Atención al cliente

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

**Nota:** En la tabla se observó que el nivel de significancia de la correlación entre la variable Gestión de Calidad y Atención al Cliente es de 0.029, determinando así que si existe relación entre ambas variables.

### Figura 5

*Correlación entre Gestión de la Calidad y la Atención al cliente*

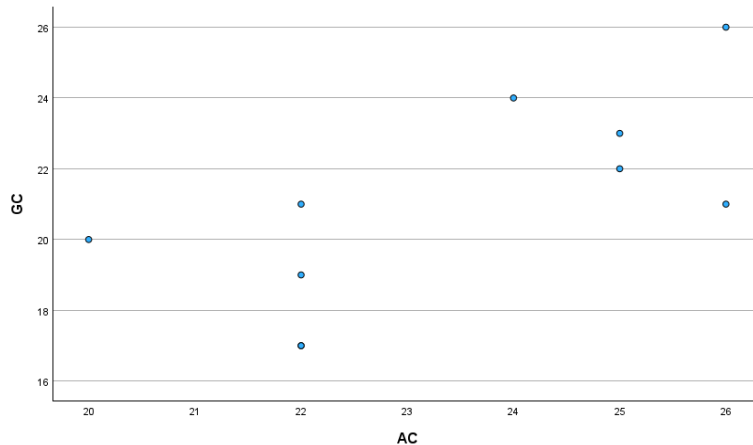


Figura 5: Grafico de dispersión de las variables Gestión de Calidad y Atención al Cliente

**Nota:** en el gráfico de dispersión se observa que los puntos trazados tienen correlación lineal, el cual significa que la variable Gestión de Calidad y Atención al Cliente si tienen relación entre sí.

- **Hipotesis Especifica 1**

Los clientes se relacionan significativamente con la Gestión de Calidad en la Botica “Corazón y Vida”, Satipo – 2023.

- Hipotesis Nula ( $H_0$ ): No existe relación significativa entre los clientes y la Gestión de la Calidad en la botica “Corazón y Vida” – Satipo, 2023.
- Hipotesis Alterna ( $H_1$ ): Existe relación significativa entre los clientes y la Gestión de la Calidad en la botica “Corazón y Vida” – Satipo, 2023.

Prueba de hipótesis:

Por medio del programa IBM SPSS Statistics 25 se determinó la existencia de un margen de error del 0.123, el cual es mayor al 5% por lo que no se aprueba la hipótesis y se llega a la conclusión que no hay una relación directa entre la dimensión Clientes y la Gestión de la Calidad.

<b>INTERVALOS</b>	<b>CATEGORÍA</b>
<b>0.00 – 0.19</b>	Muy baja
<b>0.20 – 0.39</b>	Baja
<b>0.40 – 0.59</b>	Moderada
<b>0.60 – 0.79</b>	Buena
<b>0.80 – 1.00</b>	Muy buena

El grado de correlación de Pearson fue de 0,523 este valor se encuentra entre los intervalos de 0.40 al 0.59 el cual nos indica que entre la dimensión Clientes y la Gestión de Calidad en la botica “Corazón y Vida” – Satipo, 2023 tienen moderada correlación.

Decisión: No existe relación significativa entre los clientes y la Gestión de la Calidad en la botica “Corazón y Vida” – Satipo, 2023.

**Tabla 6**

*Correlación entre los clientes y la Gestión de la Calidad en la botica “Corazón y Vida”*

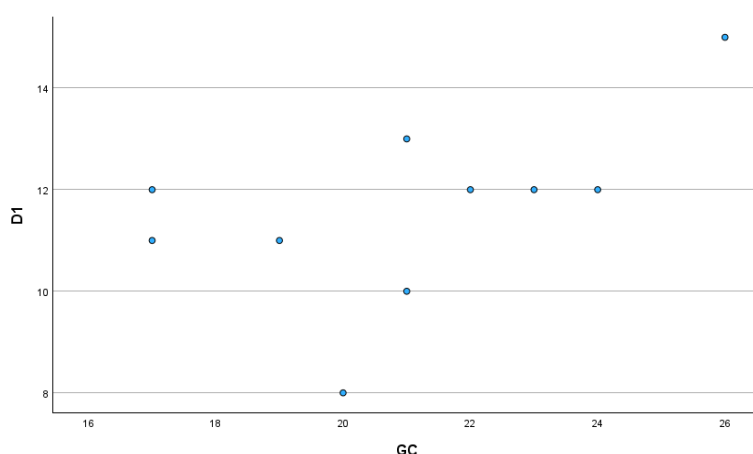
		D1	GC
D1	Correlación de Pearson	1	.520
	Sig. (bilateral)		.123
	N	10	10
GC	Correlación de Pearson	.520	1
	Sig. (bilateral)	.123	
	N	10	10

*Tabla 7: Correlación de Pearson entre Clientes y Gestión de Calidad*

**Nota:** En la tabla se observó que el nivel de significancia de la correlación entre la dimensión clientes y la Gestión de Calidad es de 0,123, determinando así que no existe relación entre ambas variables.

**Figura 6**

*Correlación entre los clientes y la Gestión de la Calidad*



*Figura 6: Grafico de dispersión de Clientes y Gestión de Calidad*

**Nota:** en el gráfico de dispersión se observa que los puntos trazados en la figura no tienen correlación lineal, el cual significa que la dimensión clientes y la Gestión de Calidad no tienen relación entre sí.

- **Hipotesis especifica 2:**

La satisfacción se relaciona significativamente con la Gestión de Calidad en la Botica “Corazón y Vida”, Satipo – 2023.

- Hipotesis Nula ( $H_0$ ): No existe relación significativa entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad en la botica “Corazón y Vida” – Satipo, 2023.
- Hipotesis Alterna ( $H_1$ ): Existe relación significativa entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad en la botica “Corazón y Vida” – Satipo, 2023.

Prueba de hipótesis:

Por medio del programa IBM SPSS Statistics 25 se determinó la existencia de un margen de error del 0.223, el cual es mayor al 5% por lo que no se aprueba la hipótesis y se llega a la conclusión que no hay una relación directa entre la dimensión Satisfacción y la Gestión de la Calidad.

<b>INTERVALOS</b>	<b>CATEGORÍA</b>
<b>0.00 – 0.19</b>	Muy baja
<b>0.20 – 0.39</b>	Baja
<b>0.40 – 0.59</b>	Moderada
<b>0.60 – 0.79</b>	Buena
<b>0.80 – 1.00</b>	Muy buena

El grado de correlación de Pearson fue de 0.423 este valor se encuentra entre los intervalos de 0.40 al 0.59 el cual nos indica que entre la dimensión satisfacción y la Gestión de Calidad en la botica “Corazón y Vida” – Satipo, 2023 tienen moderada correlación.

Decisión: No existe relación significativa entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad en la botica “Corazón y Vida” – Satipo, 2023.

**Tabla 7**

*Correlación entre la satisfacción y la Gestión de Calidad en la botica “Corazón y Vida”*

		D2	GC
D2	Correlación de Pearson	1	.423
	Sig. (bilateral)		.223
	N	10	10

GC	Correlación de Pearson	.423	1
	Sig. (bilateral)	.223	
	N	10	10

Tabla 8: Correlación de Pearson entre Satisfacción y Gestión de Calidad

**Nota:** Se observó que el nivel de significancia de la correlación entre la dimensión satisfacción y la Gestión de Calidad es de 0.223, determinando así que no existe relación entre ambas variables.

### Figura 7

Correlación entre la satisfacción y la Gestión de Calidad

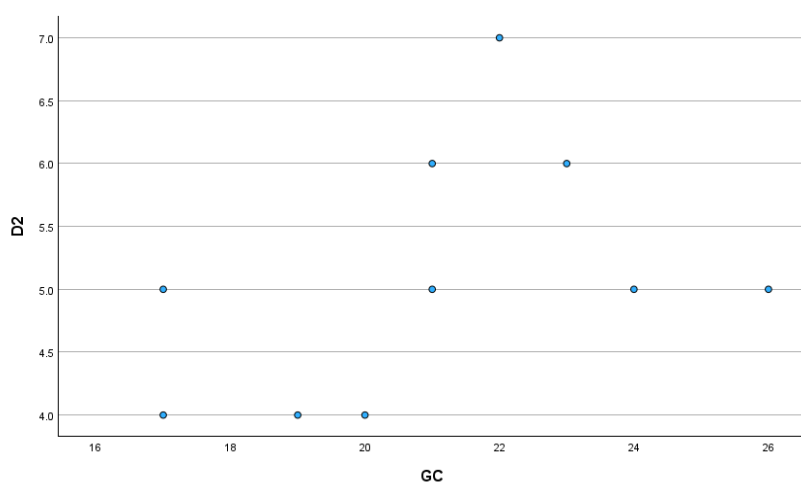


Figura 7: Gráfico de dispersión de Satisfacción y Gestión de Calidad

**Nota:** en el gráfico de dispersión se observa que los puntos trazados en la figura no tienen una correlación lineal, el cual significa que la dimensión satisfacción y la Gestión de Calidad no tienen relación entre sí.

- **Hipotesis especifica 3**

La organización se relaciona significativamente con la Gestión de Calidad en la Botica “Corazón y Vida”, Satipo – 2023.

- Hipotesis Nula ( $H_0$ ): No existe relación significativa entre la organización y la Gestión de la Calidad en la botica “Corazón y Vida” – Satipo, 2023.
- Hipotesis Alterna ( $H_1$ ): Existe relación significativa entre la organización y la Gestión de la Calidad en la botica “Corazón y Vida” – Satipo, 2023.

Prueba de hipótesis:



Por medio del programa IBM SPSS Statistics 25 se determinó la existencia de un margen de error del 0.876, el cual es mayor al 5% por lo que no se aprueba la hipótesis y se llega a la conclusión que no hay una relación directa entre la dimensión Organización y la Gestión de la Calidad.

INTERVALOS	CATEGORÍA
0.00 – 0.19	Muy baja
0.20 – 0.39	Baja
0.40 – 0.59	Moderada
0.60 – 0.79	Buena
0.80 – 1.00	Muy buena

El grado de correlación de Pearson fue de 0.057 este valor se encuentra entre los intervalos de 0.00 al 0.19 el cual nos indica que entre la dimensión organización y Gestión de la Calidad en la botica “Corazón y Vida” Satipo, 2023 tienen muy baja correlación.

Decisión: No existe relación entre la dimensión organización y Gestión de la Calidad en la Botica “Corazón y Vida” – Satipo, 2023.

### Tabla 8

*Correlación entre organización y Gestión de Calidad en la botica “Corazón y Vida”*

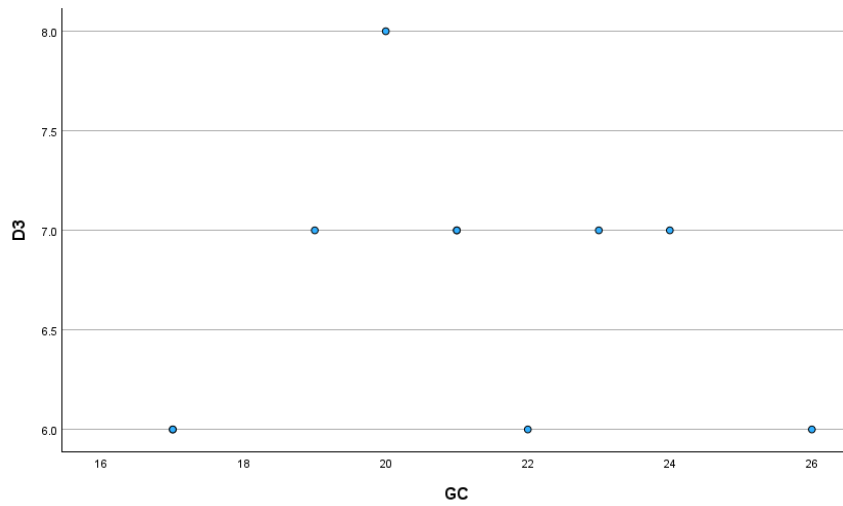
		D3	GC
D3	Correlación de Pearson	1	.057
	Sig. (bilateral)		.876
	N	10	10
GC	Correlación de Pearson	.057	1
	Sig. (bilateral)	.876	
	N	10	10

*Tabla 9: Correlación de Pearson entre Organización y Gestión de Calidad*

**Nota:** En la tabla se observó que el nivel de significancia de la correlación entre la dimensión organización y Gestión de la Calidad es de 0.876, determinando así que no existe relación entre ambas variables.

### Figura 8

*Correlación entre organización y Gestión de Calidad*



*Figura 8: Grado de dispersión de Organización y Gestión de Calidad*

**Nota:** En el gráfico de dispersión se observa que los puntos trazados en la figura no están ordenados de manera lineal, por lo que se llega a la conclusión de que no existe correlación entre la dimensión organización y la variable Gestión de la Calidad.

## V. DISCUSIÓN

**En relación al objetivo general:** Establecer la relación entre la Gestión de la Calidad con la Atención al Cliente en la Botica “Corazón y Vida” Satipo - 2023.

Según Chang (2016) la calidad ha sido un tema de indagaciones y estudios desde hace siglos, así como en la época de la Revolución Industrial las características de calidad se exploraban mediante investigaciones con el interés de revelar bienes imperfectos y crear normas de calidad.

Por lo que según la investigación, por medio del programa IBM SPSS Statistics 25 se determinó la existencia de un margen de error del 0.029, el cual es menor al 5% por lo que se aprueba la hipótesis y se llega a la conclusión que si hay una relación directa entre las variables Gestión de la Calidad y la Atención al Cliente, y el resultado se asemeja con Chuquista y Montenegro (2021) que presentaron su tesis que lleva por título Calidad de servicio en la satisfacción del cliente de Compartamos Financiera S.A. en la ciudad de Chiclayo 2020 donde concluyeron que si existe una relación positiva entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción al cliente en la institución Compartamos Financiera de la ciudad de Chiclayo 2020, asimismo se contrasta con Porras (2019) en su tesis titulada Calidad de atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la botica Abefarma - Satipo 2019, concluye de que la variable calidad de atención al cliente si se relaciona con la variable influencia en el nivel de ventas.

El 70% de los trabajadores consideran que nunca emplean medios de distribución, como el delivery en resultado se asemeja a Erazo (2019) quien concluye que al 94.27% les gustaría que la bodega haga reparto por delivery, Estos resultados demuestran que los clientes tienen la necesidad de realizar comprar por aplicaciones y que sus productos sean entregados en la puerta de sus casas.

El 40% de los encuestados consideran que muy pocas veces el clima organizacional es el adecuado, el resultado discrepa con Rivera (2019) quien concluye que 34% de su encuestados están totalmente de acuerdo con la dimensión de los empleados son siempre amables y respetuosos, asimismo discrepa con Chuquista y Montenegro (2021) quien concluye que el 51.5% de los clientes encuestados consideran que el establecimiento de la Financiera cuenta con equipamiento moderno. Estos resultados demuestran que a la empresa le falta coordinación entre trabajadores y equipamiento moderno y ventilado donde atender a los clientes y los medicamentos se conserven en su temperatura adecuada.

Para el 70% de trabajadores nunca ha existido en la empresa alguna estrategia de calidad, la respuesta es semejante a Cuba (2019) quien concluye que después de elaborado el diagnóstico de la situación actual de la empresa en relación con los requisitos y reglamentos de la Norma ISO 9001:2015 obtuvieron un 11% de cumplimiento, definieron el alcance y los procesos que forman parte del sistema de Gestión de la Calidad. Estos resultados demuestran que en la empresa se debe implementar las estrategias de calidad para cumplir con la demanda del mercado.

**En relación al objetivo específico 1:** Establecer la relación entre los clientes y la Gestión de la Calidad en la Botica “Corazón y Vida” Satipo – 2023.

Por medio del programa IBM SPSS Statistics 25 se determinó la existencia de un margen de error del 0.123, el cual es mayor al 5% por lo que no se aprueba la hipótesis y se llega a la conclusión que no hay una relación directa entre la dimensión Clientes y la Gestión de la Calidad.

Según el libro "Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?: “menciona que la palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la (persona que depende de), es decir mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer”.

El 60% de los encuestados considera que algunas veces emplean el marketing en la empresa por medio de su página de Facebook, el resultado es similar a Chuquiasta y Montenegro (2021) quien concluye que el 26.9% de los encuestados consideran que la financiera proporcionada prudentemente sus materiales publicitarios en donde da a conocer sus servicios. Estos resultados demuestran que en la empresa si existe marketing, pero en la actualidad existen más plataformas para generar marketing.

El 40% de trabajadores encuestados consideran que algunas veces y muy pocas veces es responsabilidad del jefe el que los trabajadores estén capacitados para brindar una buena atención, porque mencionan que también es responsabilidad de cada uno el resultado discrepa con Ferrero (2019) quien concluye que el 81.82 % los colaboradores si están capacitados y brindan un servicio de calidad y seguro, asimismo discrepa con Galindo (2020) quien concluye que el 60% de los encuestados realizan capacitaciones a sus colaboradores. Estos resultados demuestran que si es responsabilidad del gerente y/o propietario coordinar para que se realicen capacitaciones a los trabajadores.

**En relación al objetivo específico 2:** Establecer la relación entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad en la Botica “Corazón y Vida” Satipo – 2023.

Por medio del programa IBM SPSS Statistics 25 se determinó la existencia de un margen de error del 0.223, el cual es mayor al 5% por lo que no se aprueba la hipótesis y se llega a la conclusión que no hay una relación directa entre la dimensión Satisfacción y la Gestión de la Calidad, el resultado es similar al de Ferrero (2019) quien en su tesis titulada Gestión de la calidad y la satisfacción del cliente de la empresa de seguridad Tacna S.A.C, 2018, concluye que no existe un dominio estadísticamente, por lo tanto, no hay relación entre la gestión de la calidad y la satisfacción de los clientes.

Según Pérez y Gardey (2011) la satisfacción “Es la acción y efecto de satisfacer o satisfacerse. Este verbo refiere a pagar lo que se debe, saciar un apetito, sosegar las pasiones del ánimo, cumplir con ciertas exigencias, premiar un mérito o deshacer un agravio”.

El 40% de los encuestados manifiestan que nunca es necesario generar fidelización para lograr éxito en el mercado, el resultado discrepa con Erazo (2019) quien concluye que para el 18.75% no lo es, el 83.85 % de los consumidores si recomendaría la bodega a sus familiares y amigos para así tener más clientes fieles. Estos resultados demuestran que es importante para la empresa satisfacer las necesidades del cliente para lograr fidelizar.

El 80% de los trabajadores consideran que nunca los resultados que obtienen se cumplen de acuerdo a lo planificado, el resultado discrepa con Erazo (2019) quien concluye que el 93.49% de las personas encuestadas revelan que la bodega ha tenido un crecimiento en los últimos años por lo que significa que si alcanzo sus resultados.

**En relación al objetivo específico 3:** Establecer la relación entre la organización y la Gestión de la Calidad en la Botica “Corazón y Vida” Satipo – 2023

Por medio del programa IBM SPSS Statistics 25 se determinó la existencia de un margen de error del 0.876, el cual es mayor al 5% por lo que no se aprueba la hipótesis y se llega a la conclusión que no hay una relación directa entre la dimensión Organización y la Gestión de la Calidad.

Para Ferrell, Hirt, Adriaenséns, Flores y Ramos (2004) la "organización consiste en ensamblar y coordinar los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, que son necesarios para lograr las metas, y en actividades que incluyan atraer a gente a la organización, especificar las responsabilidades del puesto, agrupar tareas en unidades de

trabajo, dirigir y distribuir recursos y crear condiciones para que las personas y las cosas funcionen para alcanzar el máximo éxito".

El 40% de los encuestados manifiesta que nunca y muy pocas veces las metas se cumplen en el tiempo programado, el 70% de los trabajadores consideran que muy pocas veces los objetivos que se plantean son alcanzados ya que no existe el trabajo en equipo en la empresa, el resultado discrepa con Samaniego (2019) quien concluye que el 62.50% de sus encuestados consideran regular lo que aplican como planificación de su plan estratégico como empresa en sus metas, objetivos y procesos.

## VI. CONCLUSIONES

La mayoría de trabajadores manifiestan que no desean ampliar la cartera de servicios porque no cuentan con espacio suficiente para brindar nuevos servicios, así mismo no conocen los recursos con los que cuenta la empresa para llevar a cabo una gestión eficaz, para la mitad de los trabajadores es importante el bienestar de los clientes para que la empresa logre permanencia en el mercado, la mayoría de los trabajadores manifestó que no utilizan delivery pero consideran que si debe utilizarse, y a su vez implementar una página o un numero exclusivo para realizar dicho servicio, a su vez consideran que no influye la conducta o emociones de los clientes al momento de realizar una compra, en su mayoría manifestaron que no ha existido ninguna política de incentivos, no conocen la misión y visión de la empresa, a su vez consideran que si cuentan con buenos equipos y materiales y para la mayoría nunca existió estrategia de calidad en la empresa.

Los trabajadores consideran que no conocen el término “marketing pero que si emplean el marketing en la empresa por medio de su pagina de facebook. Estos resultados demuestran que en la botica “Corazon y Vida” no estan siendo capacitados respecto al marketing. Asi mismo en su mayoría consideran que no es necesraio con cumplir las expectativas del cliente, para que exista la fidelizacion. En su mayoría consideran que no los capacitan en ningun tema y algunos manifestaron que es responsabilidad del gerente que se lleve a cabo las capacitaciones.

Los trabajadores manifestaron que casi nunca revisan los bienes de los anaqueles, el mismo que se considera una deficiencia ya que se debe brindar bienes de calidad y sobre todo que cuenten con el registro sanitario y no están vencidos, asimismo los trabajadores manifiestan que no es necesario generar fidelización para lograr éxito en el mercado. Con este resultado se demuestra que en la empresa no consideran indispensable la fidelización de los clientes.

La mayoría de los trabajadores considera que las metas se cumplen en el tiempo programado, la gran mayoría de los trabajadores consideran que no se cumplen los objetivos ya que no existe el trabajo en equipo en la empresa y a su vez consideran que algunas veces las boticas de su entorno son más competitivas ya que ofrecen bienes a precios más económicos y esto logra convencer a los clientes.

## VII. RECOMENDACIONES

Realizar capacitaciones para todos los trabajadores, para que así puedan tener conocimiento de los temas como: Gestión de Calidad, Atención al Cliente, Fidelización de Clientes, Normas de Calidad y Satisfacción al Cliente para que consecuentemente puedan reunirse y tomar acuerdos para llevar a cabo un correcto flujo de trabajo para que todos logren cumplir con los objetivos y metas trazados.

Realizar una vez por semana la verificación de todos los bienes de los anaqueles y del almacén para así ofrecer bienes de manera responsable teniendo en cuenta la fecha de vencimiento, registro sanitario y que el empaque o en la presentación que venga este sellada y sin alteraciones.

Crear páginas de la empresa en las distintas plataformas virtuales con el objetivo de incrementar el marketing en la empresa y también considerar un número de contacto para realizar pedidos a domicilio, con el propósito de satisfacer las diversas necesidades de los clientes.

El (la) gerente y/o propietario de la empresa deben implementar un sistema de Gestión de Calidad para garantizar la eficacia ante las situaciones inestables del mercado o frente a los cambios significativos que puedan alteran la estructura.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez (2020) *Justificación de la Investigación* recuperado de:

<https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10821/Nota%20Acad%C3%A9mica%205%20%2818.04.2021%29%20-%20%20Justificaci%C3%B3n%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Anrango (2019) *Análisis comparativo de la Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente en las farmacias independientes VS. Las de cadena en el DMQ.*

*Administración Eloy Alfaro periodo 2018-2019.* Recuperado de:

<https://apidspace.cordillera.edu.ec/server/api/core/bitstreams/8c723ee4-045d-45e8-a13f-e7dda29ec3d4/content>

Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*, para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. México: Pearson Educación, 3ra. edición, pp. 106 -107.

Chuquista y Montenegro (2021) *Calidad de servicio en la satisfacción del cliente de compartamos financiera s.a. en la ciudad de Chiclayo 2020.* Recuperado de:

<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7920/Chuquista%20Burga>

Cuba (2019) *Diseño de un sistema de Gestión de la Calidad basado en la NORMA NB-ISO 9001:2015 en la planta de producción para mercado nacional de la empresa de alimentos “IRUPANA ANDEAN ORGANIC FOOD S.A.”.* Recuperado de:

<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/23117/TES-1152.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Erazo (2019) *Gestión de calidad y atención al cliente en las mype comerciales rubro bodegas de urbanización los Titanes, Piura año 2019.* Recuperado de:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15750/ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_MYPE\\_ERAZO\\_CASTILLO\\_GLADYS.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15750/ATENCION_AL_CLIENTE_MYPE_ERAZO_CASTILLO_GLADYS.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Espinoza, J., Gamarra, C., Torres, S y Villanueva, C. *Planeamiento Estratégico para el Primer Nivel de Atención Pública del Sector Salud de la Región Junín.* (Tesis de Posgrado). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.

Ferrero, D. (2019). *Gestión de la calidad y la satisfacción del cliente de la empresa de seguridad Tacna Sac, 2018.* (Tesis de pregrado). Universidad Privada de Tacna. Lima, Perú.

Galindo (2020) *Caracterización de Gestión de Calidad de las mypes del sector comercio, rubro botica del distrito y provincia de Satipo, periodo 2018.*

Recuperado de:

<https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/33722/GESTI>

[ON DE CALIDAD GALINDO %20GASPAR %20GUELMER %20TEODORO.pdf?sequence=3&isAllowed=y](#)

Malpartida, Granada & Salas (2021) *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa comercializadora de sistemas de climatización doméstica e industrial, distrito de Surquillo (Lima - Perú), 2021*. Recuperado de: [http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2409-87522022000300023](http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2409-87522022000300023)

Minsa 2019 *Industria Farmacéutica – Estudio de investigación sectorial*. Encontrado en: <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/4027.pdf>

Porras (2019) *Calidad de Atención al Cliente y su influencia en el nivel de ventas de la “botica ABEFARMA” Satipo 2019*. Recuperado de: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/15105/CALIDAD\\_DE\\_ATENCION\\_NIVEL\\_DE\\_VENTAS\\_PORRAS\\_MONTALGO\\_NELY\\_JHENY.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/15105/CALIDAD_DE_ATENCION_NIVEL_DE_VENTAS_PORRAS_MONTALGO_NELY_JHENY.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Quispe, F. I. (2019). *La calidad en atención al cliente en América Latina durante los últimos 10 años, una revisión sistemática* (Trabajo de investigación). Recuperado de <http://hdl.handle.net/11537/22992>

Rivera, S. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*. Tesis posgrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil 96 , Guayaquil. <http://201.159.223.180/bitstream/3317/12117/1/T-UCSG-POS-MAE224.pdf>

Samaniego (2019) *La Gestión de Calidad y Marketing en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas distrito y provincia de Satipo, Región Junín – 2018*. Recuperado de: [https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/23999/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_SAMANIEGO\\_%20REYES\\_%20MAGDALENA\\_%20LUZVID.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/23999/GESTION_DE_CALIDAD_SAMANIEGO_%20REYES_%20MAGDALENA_%20LUZVID.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

SUNAT (2017) *Características de las micro y pequeñas empresas*. Recuperado de: <https://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicas-microPequenaEmpresa.html>

**ANEXOS**

**Anexo N° 01. Matriz de Consistencia**

FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGIA
<p>¿Cómo se relaciona la Gestión de la Calidad con la Atención al Cliente en la Botica “Corazón y Vida”- Satipo 2023?</p>	<p>Establecer la relación entre la Gestión de la Calidad con Atención al Cliente en la Botica “Corazón y Vida” – Satipo 2023</p>	<p>La Gestión de la Calidad se relaciona positivamente con la Atención al Cliente en la botica “Corazón y Vida”, Satipo – 2023</p>	<p><b>Variable 1 =Gestión de Calidad</b>                      (1) Necesidades                      (2) Motivación                      (3) Calidad</p>	<p><b>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</b> Correlacional</p> <p><b>NIVEL DE INVESTIGACIÓN:</b> Explicativo – Correlacional</p> <p><b>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:</b> No experimental</p> <p><b>POBLACIÓN Y MUESTRA:</b> La población está conformada por los trabajadores de la botica “Corazón y Vida” y la muestra será el total de 10 trabajadores.</p> <p><b>TÉCNICA E INSTRUMENTO</b> La técnica empleada será la encuesta y el instrumento será el cuestionario</p>
<p><b>Problemas específicos</b>                      ¿Cuál es la relación entre los clientes y la Gestión de la Calidad en la Botica “Corazón y Vida”- Satipo 2023?                      ¿Cuál es la relación entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad en la Botica “Corazón y Vida” – Satipo 2023?                      ¿Cuál es la relación entre la organización y la Gestión de la Calidad en la Botica “Corazón y Vida”- Satipo 2023?</p>	<p><b>Objetivos específicos</b>                      Establecer la relación entre los clientes y la Gestión de la Calidad en la Botica “Corazón y Vida”.                      Establecer la relación entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad en la Botica “Corazón y Vida”.                      Establecer la relación entre la organización y la Gestión de la Calidad en la Botica “Corazón y Vida”.</p>	<p><b>Hipótesis específicas</b>                      Los clientes se relacionan positivamente con la Gestión de Calidad en la Botica “Corazón y Vida”, Satipo – 2023                      La satisfacción se relaciona positivamente la Gestión de Calidad en la Botica “Corazón y Vida”, Satipo – 2023                      La organización se relaciona positivamente con la Gestión de Calidad en la Botica “Corazón y Vida”, Satipo – 2023</p>	<p><b>Variable 2 = Atención al cliente</b>  <b>Indicadores:</b>                      (1) Clientes                      (2) Satisfacción                      (3) Organización</p>	<p><b>POBLACIÓN Y MUESTRA:</b> La población está conformada por los trabajadores de la botica “Corazón y Vida” y la muestra será el total de 10 trabajadores.</p> <p><b>TÉCNICA E INSTRUMENTO</b> La técnica empleada será la encuesta y el instrumento será el cuestionario</p>

Tabla 10: Matriz de consistencia

## Anexo N° 02. Instrumento de recolección de datos

### Cuestionario sobre la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en la botica “Corazón y Vida”

Estimado colaborador:

La presente encuesta pretende recoger su opinión sobre la Gestión de la Calidad y Atención al Cliente en la Botica “Corazón y Vida”. Por favor, conteste sinceramente a las siguientes preguntas y afirmaciones porque tus respuestas no tendrán un efecto ni positivo ni negativo en tu situación laboral.

Fecha: / /

**Instrucciones:** De acuerdo a las escalas marque con una “X” solo el número que mejor describa su experiencia en cada una de las preguntas. El significado de cada número es el siguiente. 5 = Siempre 4 = Casi siempre 3 = Algunas veces 2 = Muy pocas veces 1 = Nunca


N°	ITEMS	VALORACIÓN				
<b>V1: GESTION DE CALIDAD</b>						
<b>D1: NECESIDADES</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
1	¿Considera usted, que se debe ampliar la cartera servicios?					
2	¿Conoce Ud. los recursos con los que cuenta la organización para una gestión eficaz?					
3	¿Considera usted que el bienestar de los clientes es primordial para la empresa?					
<b>D2: MOTIVACION</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
4	¿Emplean medios de distribución, como el delivery?					
5	¿Considera usted que la conducta o emociones de los clientes influyen al realizar una compra?					
6	¿Cuentan con alguna política de incentivos?					
<b>D3: CALIDAD</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
7	¿Conoce usted la misión y visión de la empresa?					
8	¿Los requisitos como los equipos, artefactos y oficina están en buen estado?					
9	¿El ambiente de trabajo y clima organizacional es el adecuado?					
10	¿Existe en la empresa alguna estrategia de calidad?					

Tabla 11: Cuestionario de Gestion de Calidad

Nº	ITEMS	VALORACIÓN				
<b>V2: ATENCION AL CLIENTE</b>						
<b>D1: CLIENTES</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
1	¿Conoce usted el término “marketing”?					
2	¿Emplean el marketing en la empresa?					
3	¿Considera usted que, con cumplir las expectativas del cliente, este se hará fiel a la empresa?					
4	¿Será una exigencia, el que ustedes como trabajadores estén capacitados para brindar una buena atención?					
<b>D2: SATISFACCION</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
5	¿Ud. Frecuentemente verifica y se asegura que los bienes que se encuentran en los anaqueles estén en buen estado?					
6	¿Para lograr éxito en el mercado, considera usted que se debe generar fidelización?					
7	¿Los resultados que obtienen se cumplen de acuerdo a lo planificado?					
<b>D3: ORGANIZACION</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
8	¿Las metas se cumplen en el tiempo programado?					
9	¿Los objetivos que se plantean siempre son alcanzados?					
10	¿Considera usted que las boticas de su entorno son más competitivas?					

Tabla 12: Cuestionario de Atencion al Cliente

## Anexo N° 03. Validez del Instrumento

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación	
<b>NOMBRES Y APELLIDOS:</b> Campos Gonzales Marco Antonio	
<b>N° DNI / CE:</b> 20579992	<b>EDAD:</b> 45 años
<b>TELÉFONO / CELULAR:</b> 962965186	<b>EMAIL:</b> Marcoant_22@gmail.com
<b>TÍTULO PROFESIONAL:</b> Economista	
<b>GRADO ACADÉMICO:</b> MAESTRIA <input checked="" type="checkbox"/> DOCTORADO: <input checked="" type="checkbox"/>	
<b>ESPECIALIDAD:</b> Ciencias de la educación	
<b>INSTITUCIÓN QUE LABORA:</b> Municipalidad Provincial de Satipo	
<b>IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN O TESIS</b>	
<b>TÍTULO:</b> GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA: BOTICA "CORAZÓN Y VIDA" – SATIPO, 2023	
<b>AUTOR(ES):</b> PIZARRO VÁSQUEZ, Marilyn Aymi	
<b>PROGRAMA ACADÉMICO:</b> Administración	
 FIRMA Y HUELLA	

FICHA DE VALIDACIÓN*							
TÍTULO: GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA: BOTICA "CORAZÓN Y VIDA" - SATIPO, 2023							
VARIABLE 1: GESTIÓN DE LA CALIDAD	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
<b>Dimensión 1: NECESIDADES</b>							
1	¿Considera usted, que se debe ampliar la cartera servicios?	X		X	X		
2	¿Conoce Ud. los recursos con los que cuenta la organización para una gestión eficaz?	X		X	X		
3	¿Considera usted que el bienestar de los clientes es primordial para la empresa?	X		X	X		
<b>Dimensión 2: MOTIVACION</b>							
4	¿Emplean medios de distribución, como el delivery?	X		X	X		
5	¿Considera usted que la conducta o emociones de los clientes influyen al realizar una compra?	X		X	X		
6	¿Cuertan con alguna política de incentivos?	X		X	X		
<b>Dimensión 3: CALIDAD</b>							
7	¿Conoce usted la misión y visión de la empresa?	X		X	X		
8	¿Los requisitos como los equipos, artefactos y oficina están en buen estado?	X		X	X		
9	¿El ambiente de trabajo y clima organizacional es el adecuado?	X		X	X		
10	¿Existe en la empresa alguna estrategia de calidad?	X		X	X		
<b>VARIABLE 2: ATENCIÓN AL CLIENTE</b>							
<b>Dimensión 1: CLIENTES</b>							
11	¿Conoce usted el término "marketing"?	X		X	X		
12	¿Emplean el marketing en la empresa?	X		X	X		
13	¿Considera usted que, con cumplir las expectativas del cliente, este se hará fiel a la empresa?	X		X	X		
14	¿Será una exigencia, el que ustedes como trabajadores estén capacitados para brindar una buena atención?	X		X	X		
<b>Dimensión 2: SATISFACCIÓN</b>							
15	¿Ud. Frecuentemente verifica y se asegura que los bienes que se encuentran en los anaqueles estén en buen estado?	X		X	X		
16	¿Para lograr éxito en el mercado, considera usted que se debegenerar fidelización?	X		X	X		

17	¿Los resultados que obtienen se cumplen de acuerdo a lo planificado?	X					X	
<b>Dimensión 3: ORGANIZACIÓN</b>								
18	¿Las metas se cumplen en el tiempo programado?	X			X		X	
19	¿Los objetivos que se plantean siempre son alcanzados?	X			X		X	
20	¿Considera usted que las boticas de su entorno son más competitivas?	X			X		X	

\*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

Recomendaciones:

Opinión de experto:      Aplicable ( X )      No aplicable ( )

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg: Dr. Campos Gonzales Marco Antonio      DNI: 20579992



FIRMA Y HUELLA



Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

**NOMBRES Y APELLIDOS:**

Benito Gonzales Nerio Fidel

**N° DNI / CÉ:**

20669577

**EDAD:**

47 años

**TELÉFONO / CELULAR:**

975521111

**EMAIL:**

@gmail.com

**TÍTULO PROFESIONAL:**

Licenciado en Administración

**GRADO ACADÉMICO:** MAESTRÍA X DOCTORADO: \_\_\_\_\_

**ESPECIALIDAD:** Educación con mención en docencia, currículo e investigación

**INSTITUCIÓN QUE LABORA:** Institución Privada

**IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN O TESIS**

**TÍTULO:**

GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA: BOTICA "CORAZÓN Y VIDA" – SATIPO, 2023

**AUTOR(ES):**

PIZARRO VÁSQUEZ, Marilyn Aymi

**PROGRAMA ACADÉMICO:**

Administración

**FIRMA Y HUELLA**

  
N° 20669577  
Cédula 17218



FICHA DE VALIDACIÓN*									
TÍTULO: GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA: BOTICA "CORAZÓN Y VIDA" – SATIPO, 2023									
VARIABLE 1: GESTIÓN DE LA CALIDAD									
Dimensiones	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones		
	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple			
<b>Dimensión 1: NECESIDADES</b>									
1 ¿Considera usted, que se debe ampliar la cartera servicios?	X		X		X				
2 ¿Conoce Ud. los recursos con los que cuenta la organización para una gestión eficaz?	X		X		X				
3 ¿Considera usted que el bienestar de los clientes es primordial para la empresa?	X		X		X				
<b>Dimensión 2: MOTIVACION</b>									
4 ¿Emplean medios de distribución, como el delivery?	X		X		X				
5 ¿Considera usted que la conducta o emociones de los clientes influyen al realizar una compra?	X		X		X				
6 ¿Cuentan con alguna política de incentivos?	X		X		X				
<b>Dimensión 3: CALIDAD</b>									
7 ¿Conoce usted la misión y visión de la empresa?	X		X		X				
8 ¿Los requisitos como los equipos, artefactos y oficina están en buen estado?	X		X		X				
9 ¿El ambiente de trabajo y clima organizacional es el adecuado?	X		X		X				
10 ¿Existe en la empresa alguna estrategia de calidad?	X		X		X				
<b>VARIABLE 2: ATENCIÓN AL CLIENTE</b>									
<b>Dimensión 1: CLIENTES</b>									
11 ¿Conoce usted el término "marketing"?	X		X		X				
12 ¿Emplean el marketing en la empresa?	X		X		X				
13 ¿Considera usted que, con cumplir las expectativas del cliente, este se hará fiel a la empresa?	X		X		X				
14 ¿Será una exigencia, el que ustedes como trabajadores estén capacitados para brindar una buena atención?	X		X		X				
<b>Dimensión 2: SATISFACCIÓN</b>									
15 ¿Ud. frecuentemente verifica y se asegura que los bienes que se encuentran en los anaqueles estén en buen estado?	X		X		X				
16 ¿Para lograr éxito en el mercado, considera usted que se debe generar fidelización?	X		X		X				

17	¿Los resultados que obtienen se cumplen de acuerdo a lo planificado?	X		X		X		X	
<b>Dimensión 3: ORGANIZACIÓN</b>									
18	¿Las metas se cumplen en el tiempo programado?	X		X		X		X	
19	¿Los objetivos que se plantean siempre son alcanzados?	X		X		X		X	
20	¿Considera usted que las boticas de su entorno son más competitivas?	X		X		X		X	

Recomendaciones:

Opinión de experto:

Aplicable (  )

Aplicable después de modificar ( )

No aplicable ( )

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg: Mg. Benito Gonzales Nerio Fidel DNI: 20669577



FIRMA Y HUELLA



Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

**NOMBRES Y APELLIDOS:**

Ventura Hurtado Tolomeo

**Nº DNI / CE:**

21010311

**EDAD:**

57 AÑOS

**TELÉFONO / CELULAR:**

934033857

**EMAIL:**

lic.tolomeoventurahurtado9791@gmail.com

**TITULO PROFESIONAL:**

Licenciado en Administración

**GRADO ACADÉMICO:** MAESTRÍA X DOCTORADO: \_\_\_

**ESPECIALIDAD:** Educación con mención en docencia, currículo e investigación

**INSTITUCIÓN QUE LABORA:** hospital Manuel Ángel Higa Arakaki - Satipo

**IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN O TESIS**

**TITULO:**

GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA: BOTICA "CORAZÓN Y VIDA" - SATIPO, 2023

**AUTOR(ES):**

PIZARRO VÁSQUEZ, Marilyn Aymi

**PROGRAMA ACADÉMICO:**

Administración

  
FIRMA Y HUELLA

FICHA DE VALIDACIÓN*							
TÍTULO: GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA: BOTICA "CORAZÓN Y VIDA" – SATIPO, 2023							
VARIABLE 1: GESTIÓN DE LA CALIDAD	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
<b>Dimensión 1: NECESIDADES</b>							
1 ¿Considera usted, que se debe ampliar la cartera servicios?	X		X		X		
2 ¿Conoce Ud. los recursos con los que cuenta la organización para una gestión eficaz?	X		X		X		
3 ¿Considera usted que el bienestar de los clientes es primordial para la empresa?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: MOTIVACION</b>							
4 ¿Emplean medios de distribución, como el delivery?	X		X		X		
5 ¿Considera usted que la conducta o emociones de los clientes influyen al realizar una compra?	X		X		X		
6 ¿Cuentan con alguna política de incentivos?	X		X		X		
<b>Dimensión 3: CALIDAD</b>							
7 ¿Conoce usted la misión y visión de la empresa?	X		X		X		
8 ¿Los requisitos como los equipos, artefactos y oficina están en buen estado?	X		X		X		
9 ¿El ambiente de trabajo y clima organizacional es el adecuado?	X		X		X		
10 ¿Existe en la empresa alguna estrategia de calidad?	X		X		X		
<b>VARIABLE 2: ATENCIÓN AL CLIENTE</b>							
<b>Dimensión 1: CLIENTES</b>							
11 ¿Conoce usted el término "marketing"?	X		X		X		
12 ¿Emplean el marketing en la empresa?	X		X		X		
13 ¿Considera usted que, con cumplir las expectativas del cliente, este se hará fiel a la empresa?	X		X		X		
14 ¿Será una exigencia, el que ustedes como trabajadores estén capacitados para brindar una buena atención?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: SATISFACCIÓN</b>							
15 ¿Ud. Frecuentemente verifica y se asegura que los bienes que se encuentran en los anaqueles estén en buen estado?	X		X		X		
16 ¿Para lograr éxito en el mercado, considera	X		X		X		

usted que se debegenerar fidelización?	X								
17 ¿ Los resultados que obtienen se cumplen de acuerdo a lo planificado?	X							X	
<b>Dimensión 3: ORGANIZACIÓN</b>									
18 ¿ Las metas se cumplen en el tiempo programado?	X							X	
19 ¿ Los objetivos que se plantean siempre son alcanzados?	X							X	
20 ¿ Considera usted que las boticas de su entorno son más competitivas?	X							X	

Recomendaciones:

Opinión de experto:      Aplicable ( X )      No aplicable (   )

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg: Mg. Ventura Hurrado Tolomeo

DNI: 21010311

  
  
 FIRMA Y HUELLA

Anexo N° 04. Confiabilidad del instrumento

		ITEMS																				SUMA
ENCUESTADOS		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
E1		5	2	5	3	3	2	1	4	2	3	5	1	4	5	3	5	4	3	2	2	64
E2		4	1	5	2	3	1	2	3	2	1	4	1	5	5	2	5	3	2	1	3	55
E3		5	2	4	2	3	1	1	4	2	3	5	1	3	4	3	3	2	2	1	3	54
E4		5	2	5	2	2	1	2	3	1	2	5	2	3	4	3	4	2	3	2	2	55
<b>Varianza</b>		0.188	0.188	0.188	0.188	0.188	0.188	0.25	0.25	0.188	0.688	0.188	0.188	0.688	0.25	0.188	0.688	0.688	0.25	0.25	0.25	
<b>Sumatoria de varianzas</b>		6.125																				
<b>Varianza de la suma de los items</b>		16.5																				

<b><math>\alpha</math>:</b>	<b>Coefficiente de confiabilidad del cuestionario</b>	=	<b>0.662</b>
<b>k</b>	Numero de items del instrumento	=	20
$\sum$	Sumatoria de las varianzas de los items	=	6.125
	Varianza total del instrumento	=	16.5

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left( \frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_X^2} \right)$$

$$\left( \frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_X^2} \right)$$

## Anexo N° 05. Formato de Consentimiento Informado

### Consentimiento informado


La presente investigación es conducida por Marilyn Aymi Pizarro Vásquez, egresada de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

El título de esta investigación es GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA: BOTICA "CORAZÓN Y VIDA" – SATIPO, 2023, del cual el objetivo es Establecer la relación entre la Gestión de la Calidad con la Atención al Cliente en la Botica "Corazón y Vida" Satipo – 2023, para así poder demostrar la hipótesis, por ello:

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder algunas preguntas de un cuestionario. Esto le tomara aproximadamente 10 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usara para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Si alguna de las preguntas durante la participación del mismo le parece incomoda, tiene usted el derecho de hacerlo saber.

Desde ya le agradezco su participación.

 Recibido  
34:47 pm  
23-11-22



**Anexo N° 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información**

**"AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO"**

Gerente general de la empresa

Yo, Marilyn Aymi Pizarro Vásquez identificada con DNI N° 71476231 egresada de la carrera de Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, con código de estudiante N° 3011181027, me dirijo a usted y con el debido respeto me presento y expongo:

Que, recorro a su persona con la finalidad de solicitarle el permiso para realizar las encuestas para mi tesis de investigación titulada GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA: BOTICA "CORAZÓN Y VIDA" – SATIPO, 2023. Para de esta manera obtener mi grado de licenciada en administración.

Sin otro particular, agradezco la atención brindada al presente, no sin antes expresarle mi consideración y estima personal, recordándole que la información solicitada será totalmente anónima y será utilizada exclusivamente para fines académicos.

Nombre y Apellidos: *Angela Rodríguez Rodríguez*

Cargo: *Gerente general*

DNI N° *42335372*

*Angela*



## **Anexo N° 07. Evidencia de ejecución**

### **Declaración jurada**

Yo, Marilyn Aymi Pizarro Vásquez, identificado con DNI N° 71476231 y código de estudiante 3011181027 de la escuela profesional de Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Declaro bajo juramento que:

Los datos presentados en los resultados del trabajo de Investigación son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Los resultados fueron obtenidos de la empresa botica “Corazón y Vida”, quienes gerente y trabajadores participaron de una encuesta en forma voluntaria, en el trabajo de investigación titulado: GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA: BOTICA “CORAZÓN Y VIDA” – SATIPO, 2023. Trabajo de investigación para obtener mi grado de licenciada en Administración.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del Trabajo de Investigación. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD como a terceros por el incumplimiento de lo declarado. Así mismo, por la presente me comprometo a asumir todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD. De identificarse plagio, falsificación o manipulación de datos en el trabajo de Investigación; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normativa vigente de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Lugar y fecha: Satipo, 20/12/2023



---

Marilyn Aymi Pizarro Vásquez

**Base de datos**

ENCUESTADOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
E1	1	2	3	1	4	2	2	3	2	1	2	3	4	4	2	3	1	2	2	3
E2	1	3	3	1	3	1	1	2	1	1	4	1	4	2	3	1	1	1	2	3
E3	3	1	4	2	3	1	2	4	3	1	3	3	3	3	2	2	1	2	3	2
E4	1	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	4	3	3	3	1	1	2	3
E5	1	1	4	1	4	1	1	2	1	1	3	2	5	2	2	1	1	1	2	3
E6	1	1	3	1	3	1	1	3	3	2	2	3	4	2	1	2	1	2	3	2
E7	3	2	4	1	3	2	3	4	3	1	4	3	5	3	2	1	2	1	2	3
E8	1	1	4	2	4	2	1	2	2	1	2	1	2	3	2	1	1	3	3	2
E9	3	1	3	1	4	1	2	3	2	1	2	3	3	2	1	2	2	4	2	1
E10	3	2	4	1	3	1	3	3	1	2	4	1	3	4	2	3	1	2	2	3

**Leyenda:**

- 5 → Siempre
- 4 → Casi Siempre
- 3 → Algunas Veces
- 2 → Muy pocas veces
- 1 → Nunca