



**Universidad  
Norbert Wiener**

**FACULTAD DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA**  
**Escuela Académico Profesional de Farmacia y Bioquímica**

**Tesis**

“Percepción del clima organizacional y calidad de atención de los usuarios de la  
Botica Farmaluz Rimac-2022.”

**Para optar el Título profesional de Químico Farmacéutico**

**Autore(s):**

**Bach. Hurtado Astorayme, Yevina Lesly**

Código ORCID: 0000-0002-9994-7901

**Bach. Tello Manrique, Alemao Aldo**

Código ORCID: 0000-0002-1351-5340

Lima – Perú

2022

 Universidad Norbert Wiener	<b>DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA Y DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</b>	
	<b>CÓDIGO: UPNW-GRA-FOR-033</b>	<b>VERSION: 01</b> REVISIÓN: 01

Yo, Hurtado Astorayme Yevina Lesly, egresado de la Facultad de Farmacia y Bioquímica y Escuela Académica Profesional de Farmacia y Bioquímica /  Escuela de Posgrado de la Universidad privada Norbert Wiener declaro que el trabajo académico "Percepción del clima organizacional y calidad de atención de los usuarios de la Botica Farmaluz Rimac-2022."Asesorado por el docente: Dra. Adela Marlene Collantes Llacza DNI :44607852 <https://orcid.org/0000-0001-8551-4024> tiene un índice de similitud de 17( diecisiete) % con código: oid:14912:238950044 verificable en el reporte de originalidad del software Turnitin.

Así mismo:

1. Se ha mencionado todas las fuentes utilizadas, identificando correctamente las citas textuales o paráfrasis provenientes de otras fuentes.
2. No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquella señalada en el trabajo.
3. Se autoriza que el trabajo puede ser revisado en búsqueda de plagios.
4. El porcentaje señalado es el mismo que arrojó al momento de indexar, grabar o hacer el depósito en el turnitin de la universidad y,
5. Asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión en la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas del reglamento vigente de la universidad.



.....  
 Hurtado Astorayme Yevina Lesly  
 DNI: 60397082



.....  
 Tello Manrique Alemán Aldo  
 DNI: 46760877



.....  
*Adela Marlene Collantes Llacza*  
 QUÍMICO FARMACÉUTICO  
 C.O.F.P. 17146

.....  
 Firma  
 Adela Marlene Collantes  
 LlaczaDNI: 44607852

Lima, 24 de febrero de 2023.

	DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA Y DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN		
	CÓDIGO: UPNW-GRA-FOR-033	VERSIÓN: 01 REVISIÓN: 01	FECHA: 08/11/2022

Yo, **Tello Manrique Alemao Aldo**, egresado de la Facultad de Farmacia y Bioquímica y  Escuela Académica Profesional de Farmacia y Bioquímica /  Escuela de Posgrado de la Universidad privada Norbert Wiener declaro que el trabajo académico "Percepción del clima organizacional y calidad de atención de los usuarios de la Botica Farmaluz Rimac-2022." Asesorado por el docente:  
Lima, 24 de febrero de 2023.

Dra. Adela Marlene Collantes Llacza DNI :44607852 <https://orcid.org/0000-0001-8551-4024> tiene un índice de similitud de 17( diecisiete) % con código: oid:14912:238950044 verificable en el reporte de originalidad del software Turnitin.

Así mismo:

1. Se ha mencionado todas las fuentes utilizadas, identificando correctamente las citas textuales o paráfrasis provenientes de otras fuentes.
2. No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquella señalada en el trabajo.
3. Se autoriza que el trabajo puede ser revisado en búsqueda de plagios.
4. El porcentaje señalado es el mismo que arrojó al momento de indexar, grabar o hacer el depósito en el turnitin de la universidad y.
5. Asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión en la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas del reglamento vigente de la universidad.



Tello Manrique Alemao Aldo  
DNI: 46760877



Hurtado Astorayme Yevina Lesly  
DNI: 60397082



**Adela Marlene Collantes Llacza**  
QUÍMICO FARMACÉUTICO  
C.O.F.P. 17145

Firma  
Adela Marlene Collantes  
Llacza DNI: 44607852

Tesis

“PERCEPCIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DE  
ATENCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA BOTICA FARMALUZ RIMAC-  
2022.”

Línea de investigación

Gestión de Salud

**Asesor(a)**

**Mg. Collantes Llacza, Adela Marlene**

Código ORCID: 0000-0001-8551-4024

## **DEDICATORIA**

Quisiéramos dedicar nuestro esfuerzo comenzando primeramente por Dios, quien en cada paso que hemos dado ha sido nuestra principal fuente espiritual.

Seguidamente de nuestros padres, quienes desde niños nos han fomentado grandes valores y nos han brindado la oportunidad de recibir los mejores estudios, así mismo plasmar en estas líneas que en esta etapa universitaria su apoyo moral ha sido de incalculable soporte para culminar nuestras carreras.

Para ustedes va dedicado este gran logro.

## **AGRADECIMIENTO**

A nuestro metodólogo, estadista de tesis por sus sugerencias, consejos y correcciones para la culminación de la presente investigación.

A nuestra Asesora por habernos guiado, en la elaboración de este trabajo.

## INDICE

DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
INDICE .....	v
INDICE DE TABLAS .....	x
INDICE DE FIGURAS .....	xiii
RESUMEN .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
ABSTRACT .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
INTRODUCCION .....	xvii
CAPITULO I: EL PROBLEMA .....	1
1.1. Planteamiento del problema .....	1
1.2. Formulación del problema .....	2
1.2.1. Problema general .....	2
1.2.2. Problema específico .....	3
1.3. Objetivos de la investigación .....	4

1.3.1	Objetivo general:.....	4
1.3.2	Objetivo específico: .....	4
1.4.	Justificación de la investigación.....	5
1.4.1.	Teórica .....	5
1.4.2.	Metodológica .....	6
1.4.3.	Práctica.....	7
1.5.	Limitaciones de la investigación .....	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....		8
2.1.	Antecedentes de la investigación. ....	8
2.2.	Base teórica .....	13
2.3.	Formulación de hipótesis .....	26
2.3.1.	Hipótesis General.....	26
2.3.2.	Hipótesis Específicas .....	27
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....		28
3.1.	Método de la investigación .....	28

3.2. Enfoque de la investigación .....	28
3.3. Tipo de investigación .....	28
3.4. Diseño de investigación .....	28
3.5. Población, muestra y muestreo.....	29
3.6. Variables y operacionalización .....	31
3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	34
3.7.1. Técnica .....	34
3.7.2. Descripción .....	35
3.7.3. Validación.....	36
3.7.4. Confiabilidad.....	36
3.8. Procesamiento y análisis de datos .....	36
3.9. Aspectos éticos.....	37
<b>CAPITULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS .....</b>	<b>38</b>
4.1. Resultados .....	38
4.1.1. Análisis descriptivos de resultados .....	38

4.1.2. Prueba de hipótesis.....	55
4.1.3. Discusión de resultados.....	69
<b>CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>72</b>
5.1. Conclusiones .....	72
5.2. Recomendaciones.....	73
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>75</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>83</b>
Anexo 1. matriz de consistencia.....	84
Anexo 2: Matriz de Operacionalización de variables .....	86
Anexo 3. Instrumento.....	88
Anexo 4. Validación del instrumento.....	90
Anexo 5. Confiabilidad de instrumento. ....	99
Anexo 6. Modelo de Consentimiento informado.....	100
Anexo 7. Resolución del comité de ética de la escuela.....	101
Anexo 8. Carta de presentación a la institución.....	102

Anexo 9. Carta de aceptación de institución.....	103
Anexo 10. Carta de aceptación de asesor.....	104
Anexo 11. Informe de Turnitin de proyecto de investigación.....	106
Anexo 12. Resultado Turnitin de Informe de Tesis.....	108
Anexo 13. Registro fotográfico.....	109

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Percepción del clima organizacional y calidad de atención de los usuarios de la BOTICA FARMALUZ Rimac-2022. ....	32
Tabla 2: Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas de clima organizacional .....	38
Tabla 3: Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 1 – Comunicación.....	39
Tabla 4: Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 2 – Confort .....	41
Tabla 5: Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 3 – Estructura .....	42
Tabla 6: Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 4 – Liderazgo.....	44
Tabla 7: Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 5 – remuneración .....	45
Tabla 8: Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas de calidad de atención .....	47
Tabla 9: Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 1 – Confiabilidad.....	48
Tabla 10: Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 2 –	

Capacidad de respuesta .....	50
Tabla 11: Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 3 – seguridad .....	51
Tabla 12: Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 4 – empatía .....	52
Tabla 13: Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 5 – aspectos tangibles .....	54
Tabla 14: Evaluación de la correlación entre el nivel de clima organizacional y calidad de atención	56
Tabla 15: Evaluación de la correlación entre la comunicación y la calidad de atención .....	57
Tabla 16: Evaluación de la correlación entre el confort y la calidad de atención .....	58
Tabla 17: Evaluación de la correlación entre la estructura y la calidad de atención .....	59
Tabla 18: <i>Evaluación de la correlación entre el liderazgo y la calidad de atención</i> .....	60
Tabla 19: Evaluación de la correlación entre la remuneración y la calidad de atención .....	61
Tabla 20: Evaluación de la correlación entre la confiabilidad y el clima organizacional .....	63
Tabla 21: Evaluación de la correlación entre la capacidad de respuesta y el clima organizacional....	64
Tabla 22: Evaluación de la correlación entre la seguridad y el clima organizacional.....	65

Tabla 23: Evaluación de la correlación entre la empatía y el clima organizacional.....	66
Tabla 24: Evaluación de la correlación entre los aspectos tangibles y el clima organizacional .....	68

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas de clima organizacional .....	38
Figura 2: Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 1 – Comunicación.....	40
Figura 3: Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 2 – Confort.....	41
Figura 4: Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 3 – Estructura.....	43
Figura 5: Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 4 – Liderazgo .....	44
Figura 6: Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 5 remuneración .....	46
Figura 7: Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas de calidad de atención.....	47
Figura 8: Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 1 – Confiabilidad .....	49
Figura 9: Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las	

preguntas de la Dimensión 2 – Capacidad de respuesta..... 50

Figura 10: Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 3 – seguridad..... 51

Figura 11: Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 4 – empatía ..... 53

Figura 12: Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 5 – aspectos tangibles ..... 54

## RESUMEN

En el presente estudio “Percepción del clima organizacional y calidad de atención de los usuarios de la BOTICA FARMALUZ rimac-2022”, se planteó como **Objetivo:** Determinar qué relación existe entre el clima organizacional y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ - 2022. **Métodos:** La investigación es de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, tipo básico, nivel correlacional y de corte transversal. La muestra fueron 80 usuarios de la BOTICA FARMALUZ, se utilizó la técnica de encuesta de cual derivo 2 cuestionarios tipo Likert, con cinco dimensiones cada una; se identificó la relación entre los resultados de cada encuesta y sus dimensiones mediante la prueba de correlación de Spearman. **Resultados:** Como resultado del análisis estadístico se evidencio que no existe correlación significativa entre el clima organizacional y la calidad de atención de los usuarios de botica FARMALUZ ya que el p valor es 0.835. **Conclusiones:** se concluye que no existe relación significativa entre las variables, así mismo tampoco existe relación entre la variable clima organizacional y las dimensiones (confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y aspectos tangibles) y calidad de atención con las dimensiones (comunicación, confort, liderazgo, estructura) con excepción de una correlación inversa entre la variable calidad de atención y la dimensión remuneración teniendo como resultado p valor 0.004. lo encontrado en el estudio refleja la diversidad de resultados que podemos obtener en investigaciones de estas cualidades dependerá mucho de algunos factores.

***palabras clave:*** *clima organizacional, calidad de atención en botica.*

## ABSTRACT

In the current study "Perception of the Organizational climate and quality of the customers support in the Farmaluz drugstore Rímac-2022", **the goal was:** determinate what is the relationship between the organizational climate and the quality of the customers support. **Methods:** the investigation is about: the quantitative approach, applicative type, a non-experimental design, correlational scope and cross-sectional. The sample consisted in 80 users of the Farmaluz drugstore. Two Likert-type questionnaires were applied. with five dimensions each one; the relationship between the results of each survey and its dimensions was identified using Spearman's correlation test. **Results:** As a result of statistical analysis it can be seen that there is no significant correlation between the organizational climate and the quality of the customers support of the Farmaluz drugstore because the P value is 0.835. **Conclusions:** it is concluded that there is no significant relationship between the variables, likewise, there is also no relationship between the organizational climate and the dimensions (reliability, responsiveness, confidence, empathy and tangible aspects) neither between the quality of care with the dimensions (communication, comfort, leadership, structure) excluding the inverse correlation between the variable: Quality of care and remunerative dimension resulting in a P value of 0.004. What we found in the study reflects the diversity of results that can be obtained in research, these qualities will accountable depend a lot of on some factors.

**Keywords:** *Organizational Climate, Quality of Care in a Drugstore.*

## INTRODUCCION

El título de esta investigación desarrollada es “PERCEPCIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DE ATENCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA BOTICA FARMALUZ RIMAC-2022”. La situación problemática es la falta de capacitación continua, mejoras salariales, liderazgo empresarial, deficiencia en la estructura, falta de confianza de parte de los trabajadores. Problema general es ¿Qué relación existe entre el clima organizacional y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ durante el mes de agosto a noviembre del año 2022?

EL objetivo de investigación es determinar qué relación existe entre el clima organizacional y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ durante el mes de agosto a noviembre del año 2022, así mismo la hipótesis alterna de esta investigación es. Existe relación directa entre el clima organizacional y calidad de atención en los usuarios de BOTICA FARMALUZ durante el mes de agosto a noviembre del año 2022.

Esta investigación consta de V capítulos, en el capítulo I se desarrolló el problema donde se explica el por qué se realizó esta investigación así mismo también se desarrolló los objetivos de la investigación, justificación de la investigación. En el capítulo II se desarrolló el marco teórico, los antecedentes y las hipótesis en el capítulo III desarrollamos la metodología, se habló del enfoque de investigación, Se realizo la operacionalización de variables, la muestra, técnicas y procesamiento de datos, en el capítulo IV se desarrolló el análisis y discusión de los resultados y prueba de hipótesis. en el capítulo V se desarrolló la conclusión y recomendación. por último, presentamos las referencias bibliográficas y los anexos.

## **CAPITULO I: EL PROBLEMA**

### **1.1. Planteamiento del problema**

En estos últimos tiempos las empresas de diferentes ámbitos implementaron la definición de clima organizacional debido a que es importante para el desarrollo de una empresa (1).

El clima organizacional puede definirse como patrones recurrentes de sentimientos y actitudes, se refiere a los momentos actuales de una empresa y sus relaciones con los trabajadores (2).

El objetivo de cada empresa es ser muy productivo, competitivo e innovador todo ello depende de un manejo adecuado del clima organizacional y tomar decisiones en base a ello (3).

Según state of the global workplace 2022 indica que el viejo continente reporta una baja percepción sobre el clima organizacional y con tendencias a empeorar ya que el compromiso de los trabajadores con sus empresas es cada vez menos (4).

En latino América la percepción de clima organizacional tiene una cierta mejoría y fue mayor la implementación con los nuevos métodos de trabajo virtual debido a la crisis sanitaria (5).

Aproximadamente el 45 % de los peruanos no se sienten contentos con sus labores indicando problemas a nivel del clima organizacional, en ese sentido casi el 50% de las empresas no subsanan errores detectados mediante encuestas. (6).

La organización panamericana de salud (OPS), centra la definición de calidad en atención de salud en la seguridad del paciente de no ser así afecta la satisfacción con necesidades y expectativas de los usuarios (7).

El MINSA trabaja para optimizar la calidad del servicio utilizando estrategias básicas de intervención. En 2006 el MINSA aprobó (SGC), que estableció objetivos, principios y bases conceptuales de la calidad, (SGC) definió estrategias, herramientas, métodos y procedimientos para comprender la satisfacción del usuario externo en su componente de información (8).

Los procesos de servicio al cliente deben implementarse en todas las organizaciones que brindan bienes o servicios, ya sea con o sin fines de lucro. Estos procesos deben hacerse bien, de acuerdo con otros altos estándares, para cumplir con las expectativas y deseos de los clientes (9).

Los consumidores y la sociedad miden la calidad de los productos y las organizaciones productivas, donde deben integrarse. El nuevo concepto de calidad es que un artículo satisfaga las necesidades y expectativas de los consumidores, para que queden completamente satisfechos. Medimos la satisfacción como la cercanía a las necesidades y expectativas del consumidor. Cuanto más satisfechos estén los consumidores, más confianza tendrán en los productos y servicios que reciben los usuarios (10).

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Qué relación existe entre el clima organizacional y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ durante el mes de agosto a noviembre del año 2022?

### **1.2.2. Problema específico**

¿Qué relación existe entre la comunicación y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ?

¿Qué relación existe entre el confort y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ?

¿Qué relación existe entre el liderazgo y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ?

¿Qué relación existe entre la estructura y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ?

¿Qué relación existe entre la remuneración y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ?

¿Qué relación existe entre la confiabilidad con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ?

¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ?

¿Qué relación existe entre la seguridad con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ?

¿Qué relación existe entre la empatía con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ?

¿Qué relación existe entre los aspectos tangibles con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ?

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1 Objetivo general:**

Determinar qué relación existe entre el clima organizacional y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ durante el mes de agosto a noviembre del año 2022.

#### **1.3.2 Objetivo específico:**

Determinar si existe relación entre la comunicación y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ

Determinar si existe relación entre el confort y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ

Determinar si existe relación entre el liderazgo y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ

Determinar si existe relación entre la estructura y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ

Determinar si existe relación entre la remuneración y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ

Determinar si existe relación entre la confiabilidad con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ

Determinar si existe relación entre la capacidad de respuesta con el clima organizacional en

## BOTICA FARMALUZ

Determinar si existe relación entre la seguridad con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ

Determinar si existe relación entre la empatía con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ

Determinar si existe relación entre los aspectos tangibles con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ

### **1.4. Justificación de la investigación**

#### **1.4.1. Teórica**

El presente trabajo realiza un gran aporte, considerando que las opiniones de los clientes externos son cada vez más significativas, donde los usuarios son el principal objetivo de las instituciones de salud, brindando una atención que supera los parámetros de calidad establecidos, pero que también cubre la satisfacción del usuario y otras necesidades. Esta investigación tomará como base teórica la investigación de variables de percepción del clima organizacional y calidad de atención (teórica de Zeithaml, A, Parasuraman, & Berry), Se refiere a la diferencia entre la verdadera visión del cliente del servicio y sus expectativas previas del servicio (10).

por tanto, un buen clima organizacional y calidad de atención dentro de un establecimiento farmacéutico permitirá que los usuarios se sientan satisfechos de ese modo generar fidelidad, por

otro lado, un buen clima organizacional hará que los trabajadores desempeñen su trabajo de la mejor manera generando crecimiento en la empresa.

### **1.4.2. Metodológica**

Para lograr una excelente calidad de servicio y mantenerse a la vanguardia en un mercado competitivo, se debe desarrollar una estrategia para cada empresa. En los servicios de BOTICA FARMALUZ, así como en otros servicios, la satisfacción con la atención brindada radica principalmente en los siguientes aspectos importantes: Elementos físicos, en este caso estamos hablando de instalaciones físicas, equipos, básicamente medicamentos. Confiabilidad de los servicios prestados; capacidad de respuesta y disposición para ayudar a los usuarios; seguridad y empatía.

El servicio no solo debe proporcionar medicamentos a los usuarios, el objetivo es hacer que la experiencia del cliente sea especial y ellos confíen en los servicios y siempre estar atento a cualquier pregunta que puedan tener sobre su medicación el cual hará la diferencia de la competencia. Las entidades de salud tienen la obligación de garantizar estos servicios para mejorar la satisfacción de los pacientes y sorprende que al establecer y promulgar medidas de gestión de la calidad mejoren sus procesos.

La percepción del cliente es una evaluación subjetiva formada después de experimentar un servicio o producto, por lo que algunas personas la identifican como una experiencia o un servicio percibido, ya que abarca todas las experiencias directas o indirectas del cliente. En otras palabras, podemos decir que la percepción del cliente es el resultado de comparar expectativas y experiencias. La realidad del problema con BOTICA FARMALUZ se describe y muestra en las

variables de estudio.

Por eso se considera un diagnóstico de la realidad del servicio. Dado que el propósito del estudio será determinar el clima organizacional y la calidad de atención mediante la percepción de los usuarios.

#### **1.4.3. Práctica**

Con la presente investigación se pretende identificar el clima organizacional y calidad de atención de la BOTICA FARMALUZ para posterior a ello plantear mejoras y desarrollo como empresa.

#### **1.5. Limitaciones de la investigación**

Durante la ejecución de recolección de datos pudimos notar cierta falta de voluntad por parte de los usuarios de la BOTICA FARMALUZ esto debido a que se tiene que firmar el consentimiento informado y existe cierta desconfianza.

Por otro lado, pudimos notar la falta de cultura participativa de los encuestados ya que nos indican que nunca participaron de investigación alguna.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes de la investigación.

#### 2.1.1. Antecedentes Internacionales

**Agudelo, et al., (2020)** en su investigación tuvieron como **objetivo:** “Determinar la relación entre el clima organizacional y la percepción de la calidad de los servicios de salud en una institución de salud de la ciudad de Manizales periodo 2018 – 2019”. **Metodología:** Es un estudio cuantitativo, analítico, transversal que mide la relación entre el clima organizacional y las percepciones de calidad a través de dos herramientas: una evaluación de las 4 áreas clave que describen la primera área clave, y una es el estudio de la calidad de la organización ambiente. Servicio percibido por el cliente, donde se consideran 5 variables. La población de estudio sobre clima organizacional fue de 183 personas del área de salud y 99 personas del área administrativa de la clínica, y la población involucrada en la percepción de calidad fue de 382 clientes. **Resultados:** Los resultados mostraron que el clima organizacional del personal administrativo fue satisfactorio, mientras que el del personal de enfermería fue más satisfactorio. Las percepciones externas de calidad arrojaron un puntaje promedio de 6.7% entre expectativas y percepciones, dentro del criterio de satisfacción. **Conclusiones:** Se concluyó que, si bien se obtuvieron resultados satisfactorios en cuanto al clima organizacional, la calidad de la atención en salud necesita mejorar en todos los ámbitos. Es necesario tomar medidas para que los usuarios tengan una mejor percepción de la calidad de atención en la clínica. Tener un clima organizacional satisfactorio no necesariamente garantiza que los usuarios tengan la misma

percepción de la salud en todas las entidades estudiadas (11).

**Irene, et al., (2020)** en su investigación tuvieron como **objetivo**: “Analizar el clima organizacional de un Centro de Salud de Primer Nivel de Atención Morelos, México”.

**Metodología**: Estudio transversal, descriptivo y analítico que utilizó métodos cuantitativos para determinar los niveles de cuatro dimensiones del clima organizacional que existía en esta unidad de salud. Población de estudio: Todo el personal sanitario del centro. Para la recolección de datos se utilizó el método modificado propuesto por la OPS/OMS para este programa PASCAP. Herramientas utilizadas: Cuestionario estructurado auto aplicado, dividido en dos partes: datos socioeconómicos y 80 preguntas sobre cuatro dimensiones del clima organizacional: liderazgo, motivación, reciprocidad y compromiso. **Resultados**: Número total de integrantes: 13, los más representados fueron los enfermeros 39%, la motivación fue la dimensión menos representada 1,3 Sd. 0,761, y la dimensión fomentar la excelencia en el liderazgo fue la menos calificada. El clima organizacional del centro estuvo en un nivel moderado a insatisfactorio, el género en el liderazgo  $p=0,032$  y la reciprocidad  $p=0,032$  mostraron diferencias significativas. **Conclusión**: El estudio mostró que el clima organizacional del centro presentó un nivel insatisfactorio. Esto afecta el rendimiento del centro (12).

**García, et al., (2018)** en su investigación tuvieron como **objetivo**: “Determinar el tiempo de espera y satisfacción de los usuarios del Hospital Del Niño en Tabasco”. **Metodología**: Encuesta descriptiva, observacional, transversal y prospectiva a 53 usuarios. **Resultados**: Los hombres representaron el 16,98%, las mujeres el 83,02% y el tiempo promedio de medicación fue de 8 minutos. El 75,47% se mostró satisfecho con el trato y la atención recibida, el 41,51% recibió medicación completa y el 53,40% manifestó satisfacción con la atención prescrita. **Conclusión**:

se informó que la mayoría de los usuarios estaban satisfechos con el tiempo de entrega de sus recetas. Más del 50 % estaba satisfecho con la atención de sus medicamentos recetados (13).

**Santiago, et al., (2018)** en su investigación tuvieron como **objetivo**: “Evaluar si la encuesta de satisfacción es efectiva para mejorar la atención al paciente y aumentar la satisfacción”.

**Metodología**: Descriptivo y prospectivo unicéntrico, 751 encuestados fueron evaluados mediante un cuestionario validado considerando 16 ítems en escala tipo Likert, utilizando el alfa de Cronbach. **Resultados**: La satisfacción con el tiempo de dispensación, el tiempo de espera, la atención de la prescripción y la recepción de medicamentos fue baja. **Conclusiones**: Esta encuesta es válida para tomar medidas para mejorar la atención a los usuarios de farmacia y constituye una herramienta de evaluación para mejorar la atención recibida (14).

**Zaldúa, (2018)** en su investigación tuvieron como **objetivo**: “Analizar los factores que influyen en la satisfacción laboral de los trabajadores del Hospital Israel Quinteros Paredes”.

**Metodología**: Aplicando técnicas cuantitativas para desarrollar planes estratégicos de mejora. **Resultados**: La satisfacción laboral general representó el 43% del total de encuestados, al analizar sus determinantes se encontró que la satisfacción interna fue del 41,7% y la satisfacción externa del 36,7%, los factores más insatisfechos fueron: las relaciones interpersonales, seguido del salario. y políticas de trabajo. **Conclusiones**: La satisfacción laboral contiene factores que influyen en las actitudes de los trabajadores, y en este caso, el enfoque general sugiere niveles insuficientes de satisfacción laboral (15).

### 2.1.2 Antecedentes Nacionales

**Burga y Condori, (2021)** en su investigación tuvieron como **objetivo**: “Determinar la

influencia del clima organizacional en la percepción de la calidad de atención del personal de la botica Mifarma en la atención farmacéutica, Ate- Lima 2020-2021”. **Metodología:** Esta será una encuesta a 75 colaboradores, utilizando una herramienta de cuestionario para medir la calidad de atención. **Resultados:** Los resultados del estudio indicaron que el grado de impacto en la calidad de la atención fue considerado "aceptable" por los técnicos de farmacia. En cuanto al clima organizacional, los usuarios calificaron el nivel de empatía como "aceptable" en un 62,7 %, la confiabilidad en un 53,3 %, la seguridad en un 45,3 % y la capacidad de respuesta en un 56 %. **Conclusión:** Estos hallazgos llevan a los investigadores a concluir que el clima organizacional está directamente relacionado con las percepciones de la calidad de atención en Boticario Mifarma (16).

**Uribe, (2018)** en su investigación tuvieron como **objetivo:** “Establecer de qué manera el clima organizacional influye en el compromiso organizacional en el Banco de la Nación, Agencia 2 Huaral, período 2017”. **Metodología:** La población está representada por 17 personas que laboran en el Banco de la Nación, Agencia 2 Huaral. Se utilizaron técnicas de encuesta y se utilizaron cuestionarios. Consideraciones dimensionales: sistemas individuales, sistemas interpersonales, sistemas organizacionales, inhibidores y estímulos. La fiabilidad del instrumento se realizó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach (0,881). Se utilizó la correlación de Pearson. **Resultados:** En cuanto al clima organizacional, el 64,7 % de los empleados se mostró insatisfecho con el trabajo que realizaba en el lugar de trabajo, el 70,6 % dijo que todos los empleados en el lugar de trabajo no estaban sindicalizados ni apoyados, y el 88,2 % dijo que los trabajadores dijeron que los jefes son efectivamente principales. De manera similar, cuando se trata de compromiso laboral, el 35,3 % dijo que sus compañeros de trabajo no muestran humildad

porque no exageran, el 82,4 % dice que no participa regularmente en las decisiones laborales y el 94,1 % cree que a los bancos no les importa. los empleados sienten que son el recurso más importante de la empresa. **Conclusión:** Con un nivel de significancia de  $p=0.004$  y una correlación positiva  $r = 0.661$ , determinamos que el clima organizacional incide significativamente en el compromiso organizacional en el Banco de la Nación, Agencia 2 Huaral (17).

**Díaz y Yampi. (2018)** en su investigación tuvieron como **objetivo:** “Establecer el nivel de satisfacción de los clientes de las farmacias Mifarma del Sector”. **Metodología:** Diseños descriptivos, observacionales y transversal, población 241761 usuarios muestra 302. **Resultados:** En promedio se mostraron muy satisfechos con la atención recibida (6,24 puntos); ninguno de los clientes obtuvo una satisfacción baja, un 8,7% moderada y un 91,3% alta. **Conclusión:** indican satisfacción alta, media y baja. Por lo tanto, la atención es satisfactoria (18).

**Pajuelo y Ruelas. (2018)** en su investigación tuvieron como **objetivo:** “Evaluar percepción del clima organizacional de los trabajadores en el área de farmacia – hospital nacional docente madre niño san Bartolomé, marzo 2018”. **Metodología:** El personal de campo de farmacia - Hospital Nacional Docente Madre Niño San Bartolomé, marzo de 2018, calificó el nivel de mejora en la dimensión diseño organizacional ( $x = 3.07$ ) **Resultados:** calificó el nivel de mejora en la dimensión diseño organizacional ( $x = 2.86$ ) en dos indicadores remuneración, toma de decisiones y dos indicadores de mejora organización, estructura y comunicación es saludable. **Conclusión:** en su estudio concluye el nivel percibido de Clima Organizacional en el área de farmacia – Hospital Nacional Docente Madre Niño San Bartolomé, marzo 2018, presentan en promedio un nivel “por mejorar” en sus dimensiones siendo los siguientes (19).

**Condori, (2018)**, en su investigación tuvieron como **objetivo**: “Determinar de qué manera el Clima Organizacional influye en la Satisfacción Laboral de los trabajadores de la Municipalidad del Distrito de Pocollay, Región Tacna, año 2016”. **Metodología**: Para ello fue necesario realizar una encuesta a los trabajadores que laboran en la institución, para el procesamiento de datos y prueba de hipótesis se utilizó estadística descriptiva e inferencial, el software SPSS y Ms-Excel. **Resultado**: Primero mostraron que la satisfacción laboral de los trabajadores fue 47.7% normal y 55% clima organizacional moderado; nuevamente el clima organizacional se asoció significativamente con la satisfacción laboral entre los trabajadores del distrito de Pocollay de la región Tacna en el año 2016. **Conclusión**: Finalmente se comprobó que el clima organizacional tiene un efecto significativo del 38,3% en la satisfacción laboral de los trabajadores del municipio de Pocollay (20).

## **2.2. Base teórica**

### **2.2.1. Definición**

#### **2.2.1.1. Clima Organizacional**

Es el entorno de trabajo como la forma en que los empleados se sienten acerca de su espacio de trabajo, su relación con sus compañeros de trabajo y otros aspectos del entorno de trabajo. El ambiente de trabajo puede ayudar a determinar qué se debe arreglar o mejorar en la oficina, ya sea de forma preventiva o como medida correctiva (21).

El clima organizacional existe entre los miembros de una organización, y refleja la motivación de los empleados. Es bueno cuando el clima satisface las necesidades personales y de progreso ético

de los empleados, y malo cuando esas necesidades no son satisfechas. Chiavenato explica que hay dos categorías principales de clima organizacional: clima de tarea y clima de proceso (22).

El ambiente general, la sensación y las habilidades que los empleados notan en su entorno de trabajo influyen en su comportamiento dentro de la organización. Esta cualidad es continua y puede considerarse un conjunto de habilidades o atributos que se consideran relativamente permanentes en el entorno laboral. Los empleados tienen una percepción compartida de cómo funcionan los procesos de la organización. Este es el clima organizacional, según la definición anterior.

El comportamiento de cada miembro de una organización está determinado por su percepción del entorno. Por lo tanto, el clima dentro de una organización puede ser diferente para cada grupo (23).

### **2.2.2. Finalidad**

El clima de una organización está influenciado por los valores y creencias originales de los miembros. El clima luego afecta a otras partes de la organización, por lo que es fundamental que los líderes puedan analizar y diagnosticar el clima dentro de su empresa. Hay tres razones por las que el clima debe ser analizado:

Las razones para que las personas tengan sentimientos negativos sobre una organización se pueden determinar examinando las fuentes de conflicto, estrés o insatisfacción en su entorno laboral.

Se da a conocer al administrador los elementos de cambio que necesitara para poder intervenir y realizar el cambio.

Conocer cuándo la organización está creciendo y predecir los problemas que pueden ocurrir.

El administrador puede controlar las reglas de funcionamiento de la empresa determinando el clima en la oficina.

### **2.2.3. Reglas**

La teoría del clima organizacional de Likert sostiene que la reacción de una persona a una situación se basa en sus percepciones de la condición, así como en el comportamiento de su ejecutivo y de la organización en general. Sus valores, esperanzas, habilidades, mensajes y percepciones juegan un papel en su reacción a la situación.

Los tres tipos de variables que definen las características de una empresa y afectan la percepción del clima por parte de los individuos son:

- Los resultados que alcanza una organización y la forma en que se desarrolla están determinados por variables causales, como la gestión y la toma de decisiones de la organización, las habilidades de los empleados y las actitudes de los trabajadores. Estas variables son independientes entre sí e influyen en la organización en su conjunto.
- La salud y estado interno de la empresa se refleja en variables intermedias. Cosas como la toma de decisiones, los objetivos de desempeño, la eficiencia de la comunicación, la actitud y la motivación de los empleados son parte de las operaciones diarias de una empresa.
- Los resultados de las acciones combinadas de una empresa se reflejan en las variables finales. Estos son indicadores de cuán efectiva es la empresa, como ganancias, pérdidas, gastos y productividad.

Existen dos tipos principales de climas organizacionales, basados en la combinación de variables mencionadas anteriormente. Cada uno de estos climas tiene dos versiones, haciendo que los climas pasen de altamente autoritarios a altamente participativos.

#### **2.2.4. Causas**

Likert determina el comportamiento de los subordinados, y para el autor existen factores que inciden en la percepción del clima organizacional, tales como:

- El entorno, la tecnología y la estructura del sistema organizativo de una empresa afectan los parámetros.
- El estado laboral y el salario de un individuo en la organización.
- La personalidad, la actitud y la satisfacción son factores personales que pueden influir en la satisfacción laboral.
- La forma en que los empleados, compañeros de trabajo y jefes ven la organización se denomina clima organizacional (24).

#### **2.2.5. Importancia Base Teórica o Científica Percepción del Clima Organizacional y calidad de Atención de los Usuarios**

La importancia del estudio será determinar las percepciones de los usuarios de BOTICA FARMALUZ del distrito del Rímac sobre el clima organizacional y la calidad de atención, con el fin de mejorarla continuamente, se ve que existe una necesidad de considerar la mejor manera y calidad para atender a los usuarios que reciben tratamiento en la BOTICA FARMALUZ.

Por eso es importante este estudio, identificando estrategias para mejorar el sistema de atención de BOTICA FARMALUZ.

Es muy importante prestar atención al clima organizacional que existe en la empresa, en este caso BOTICA FARMALUZ, ya que este puede aumentar o disminuir su desempeño. Si los empleados se sienten identificados e incluidos, es probable que sean más productivos en el trabajo.

Comprender el clima organizacional brinda la oportunidad de obtener retroalimentación sobre el comportamiento organizacional. Aquí es donde se crean diferentes planes de mejora, tomando en cuenta actitudes y comportamientos de personas que forman la organización para motivarlos y lograr un mejor desempeño.

#### **2.2.6. Dimensiones**

El clima de una organización influye en cómo los empleados perciben los sistemas formales establecidos, así como el estilo de los gerentes. Otros aspectos clave del ambiente de trabajo también están influenciados por el clima de la organización.

Las personas que trabajan en la organización tienen diferentes actitudes, creencias, valores y motivaciones.

Las nueve dimensiones que el Cuestionario de Clima Organizacional se desarrolló a partir de su teoría se pueden resumir de la siguiente manera:

- a) En el trabajo, los empleados están sujetos a ciertos procedimientos y reglas. La forma en que los empleados se sienten sobre el cumplimiento de estas reglas y cómo su motivación se

relaciona con la estructura de desempeño en el trabajo es el enfoque de la categoría de estructura.

- b) Los miembros de la organización tienen altas necesidades de logro y se sienten sus propios jefes. Trabajan duro para lograr objetivos personales dentro de la empresa.
- c) Dentro de una organización, los miembros cooperan entre sí. Se apoyan mutuamente tanto emocional como físicamente, además de centrarse en ayudarse mutuamente.
- d) La forma en que los empleados creen que son recompensados y castigados por la organización se refleja en este factor. Se considera la forma en que se sienten acerca de las recompensas y los castigos.
- e) Un clima en una organización debe permitir las diferentes opiniones de sus miembros. Los conflictos se pueden evitar asegurando que la comunicación entre los diferentes niveles de la organización sea abierta y fluida.
- f) Los estándares de rendimiento y productividad de una organización se denominan compromiso laboral.
- g) La sensación de ser parte de la organización y de tener metas personales que son similares a las metas de la organización se denomina Identidad Organizacional y Lealtad al Grupo.
- h) Una organización aborda los riesgos en el trabajo como retos, con el fin de mejorar la competitividad y alcanzar sus objetivos. Esto se llama Riesgos y desafíos.
- i) Un buen clima organizacional requiere buenas relaciones entre los jefes y sus subordinados.

(25)

El ambiente general de la organización está determinado por los procesos y sistemas implementados, y también puede modificarse intencionalmente cambiando las personas, la estructura o una de las secciones más pequeñas de la organización.

El clima puede tener un gran impacto en la cultura de una organización, si la cultura persiste durante mucho tiempo. Los valores de las personas que trabajan en la organización pueden verse alterados por la cultura, por el clima (26).

### **2.2.7. Calidad de Atención**

Se define como capacidad del producto (tanto tangible como intangible) para cumplir con los requisitos implícitamente expresados del usuario. Estas capacidades suelen ser durabilidad, disponibilidad, mantenibilidad, seguridad, disponibilidad, oportunidades de entrega, etc. Para medir la calidad del producto por el cliente siempre ha sido un fenómeno psicológico relativo: lo que hacen los clientes para establecer el nivel de algo es comprar lo que esperan en función de mecanismos perceptivos (27).

La calidad es el nivel de rendimiento de un producto en comparación con lo que espera el comprador. La calidad es una categoría subjetiva porque se basa en el desempeño del producto, así como en las expectativas del comprador (28).

La satisfacción es opinión del proveedor o producto. Sigue juicios de calidad y se basa en ellos.

La relación entre las variables hace.

- La satisfacción es positiva sólo si la calidad observada es positiva.
- La satisfacción es neutral cuando la calidad es cero.

- La satisfacción aumenta o disminuye con la calidad (29).

## **2.2.8. Teorías de calidad**

### **2.2.8.1. Calidad en Salud**

Según OMS es una recopilación de los diagnósticos y terapias más ideales para conseguir mejor atención médica posible. Obtenga resultados con un riesgo mínimo de impacto y máxima satisfacción del paciente mediante la comprensión del conocimiento del paciente y los factores del servicio hospitalario.

### **2.2.8.2. Calidad de Servicio**

Hoy en día, tiene muy claro que, si quieren sobrevivir en el competitivo mercado actual, se vuelve muy necesario brindar servicios de alta calidad. Los servicios que brinda la empresa deben consumir con sus particulares y perspectivas y posiblemente superarlas. Hacer que la opinión del cliente sea muy relevante para la empresa. De hecho, el servicio se denomina lógicamente un término ambiguo que puede aceptar diferentes significados (1).

### **2.2.8.3. Calidad como excelencia.**

Según el término, la organización de servicios debe lograr resultados óptimos en un sentido absoluto. No obstante, debido a su subjetividad, se dificulta la comprensión de qué es bueno, porque es necesario formular pautas claras para alcanzar el nivel requerido.

### **2.2.8.4. Calidad como ajuste a las especificaciones.**

A raíz de sus estándares de producción detallados, esta nueva forma de ver las cosas se desarrollará para garantizar la precisión en la fabricación del producto, lo que permitirá una definición más cuantitativa y objetiva de la calidad. Asumiendo esto, la calidad se entiende como una medida del logro de objetivos básicos, como evaluar diferencia entre calidad alcanzada en diferentes períodos para llegar a una comparación e identificar diferencias desde la perspectiva de la organización en lugar de bajo el descubrimiento de posibles razones usuario o consumidor (3).

La calidad es valor. Las organizaciones tienen en cuenta tanto la eficiencia interna como la eficacia externa a la hora de determinar en qué elementos centrarse (precio, accesibilidad, etc.). No existe un producto o servicio de consumo que sea universalmente mejor; todo depende del consumidor y sus necesidades. Es importante comprender la complejidad de estos elementos porque pueden ser impredecibles, al igual que mantener los estándares de calidad y satisfacer a los consumidores.

La calidad se define por el grado en que se cumplen o no se cumplen las expectativas de los consumidores, considerando factores subjetivos relacionados con su juicio sobre el servicio. La calidad se basa en la opinión de los usuarios y la expectativa de satisfacción, que es importante tener en cuenta. La complejidad de una medición se considera más alta cuando diferentes aspectos de un producto o servicio pueden tener diferentes valores asignados, y es difícil cuantificar las expectativas cuando los consumidores y usuarios no saben para qué usarán el producto en primer lugar (30).

### **2.2.9. Modelos de evaluación de calidad de atención en salud**

El modelo de calidad de servicio es representación simplificada de situación, considera los elementos básicos que pueden explicar fácilmente el nivel de calidad logrado por la estructura

siendo el usuario quien lo valora. Los esquemas evaluativos más distintivos en la investigación de la calidad del servicio son:

Modelo Nórdico de Gronroos: se popularizó en 1984, mostrando que los clientes se ven afectados por los resultados del servicio, la manera de recibir el servicio y la imagen corporativa de la organización que brinda el servicio. Cuando la calidad de la experiencia consume las expectativas del usuario, es decir, cuando está satisfecho, se obtiene una evaluación de la calidad percibida.

Modelo de Bitner: Describe la calidad del servicio que se percibe como el resultado de una experiencia satisfactoria, insatisfactoria. El paradigma de no confirmación viene dado por la divergencia entre el resultado percibido de la transacción y el servicio, a partir de determinadas características y expectativas del servicio, los usuarios se forman de acuerdo a sus actitudes iniciales. Servicio, la divergencia afecta la experiencia satisfecha, insatisfecha del usuario y la subsiguiente calidad del servicio recibida.

Cuando el usuario siente satisfacción con el servicio que recibe, y por tanto percibe la calidad, el usuario comunicará un boca a boca positivo de la organización, generando así fidelidad al servicio. Pero, si el cliente se siente insatisfecho y no percibe la calidad del servicio, este comunicará de boca en boca de manera negativa y cambiará el servicio.

Modelo de Bolton y Drew: La calidad del servicio se expresa como insatisfacción con las perspectivas del usuario sobre el servicio y la percepción de las particularidades del nivel del componente. El autor asume que las expectativas de los usuarios están determinadas por la comunicación, los requerimientos de los usuarios y las expectativas pasadas. Agregaron que la percepción se evalúa en función de las propiedades y alcance del servicio.

Modelo de Parasuraman, Zeithalm y Berry (SERVQUAL). El modelo American Service Quality (SERVQUAL) establecido por Parasuraman, Zeithalm y Berry de 1985 a 1988 es el modelo más utilizado hasta ahora en la investigación de la calidad del servicio. Hay muchas encuestas que muestran que se utiliza en diversos campos como el turismo, la educación, los supermercados, la salud, etc.

El modelo describe la calidad del servicio en la manera en que los usuarios valoran la calidad del servicio, donde:

- A) Definir la calidad del servicio como la diferencia entre las expectativas y apreciaciones del cliente. De esta forma, un recuento favorable de ideas hace que superen las expectativas. Esto significará una alta calidad que percibe del servicio y una alta satisfacción con el mismo.
- B) Señala ciertos elementos relevantes que determinan las expectativas de los beneficiarios:
  - De boca en boca o testimonios de servicios de amigos y familiares.
  - Necesidades personales.
  - La experiencia previa del beneficiario con el servicio.
  - Comunicación externa, la propia comunicación de la organización sobre sus intereses de servicio puede influir en las expectativas que los ciudadanos tienen de ellos.
- C) Las cinco dimensiones relacionadas con los criterios evaluativos que manejan los usuarios para evaluar la calidad del servicio. El alcance del esquema de calidad de servicio SERVQUAL definido así:
  - Confiabilidad: La capacidad de prestar servicios concienzudamente y de manera confiable.
  - Capacidad de respuesta: Voluntad y deseo de apoyar a los beneficiarios y brindar servicios

expeditos.

- Seguridad: El conocimiento y la atención demostrada por los trabajadores y su capacidad para generar credibilidad y confianza.
- Empatía: Atención personalizada a los usuarios.
- Elementos tangibles: la apariencia de estructuras, equipos, personas y materiales de comunicación.

#### **2.2.10. Concepto Servicios de calidad de atención en salud**

Los servicios son acciones impalpables y no determinables individualmente que brindan la satisfacción requerida cuando se atienden usuarios y no se vinculan obligatoriamente con la venta de productos u otros servicios.

Uno de los objetivos de los servicios de una botica es promover y fomentar una forma de vida sana y prevenir los factores de riesgo provocados por el uso inadecuado de los medicamentos. Estos pueden evitarse a través de un sistema de gestión derivado de la calidad que nos posibilita orientar y valorar los servicios. Las (BPD) Es el estándar establecido para asegurar el uso correcto de las medicinas. Las (BPA) conservan las medicinas de buena calidad, suministran medicinas y equipos clínicos e informan a los usuarios sobre el correcto uso, farmacovigilancia clara, drogodependencia y cuidado de los medicamentos, etc. (31).

#### **2.2.11. Características de la Calidad de atención en salud**

La atención farmacéutica involucra el proceso de los farmacéuticos que trabajan con los usuarios y otros profesionales para diseñar, implementar y monitorear planes de tratamiento que

producirán resultados de tratamiento específicos para los usuarios, como curar la enfermedad, eliminar o reducir los síntomas del paciente, interrumpir o retrasar el proceso patológico. Los servicios farmacéuticos son elementos ineludibles del cuidado de la salud y debe integrarse con otros factores: sin embargo, brinda a los usuarios beneficios directos de esta calidad de atención; todos los usuarios que visitan la botica deben contar con los mejores servicios de indicación para cubrir sus necesidades expectativa; también debe desarrollarse de manera ágil, eficiente y confidencial, e integrarse en el quehacer diario de la práctica profesional del farmacéutico. Por lo tanto, la evaluación de las indicaciones de los medicamentos debe incluir no solo la implementación del servicio, sino también el grado de ajuste a los requerimientos de los usuarios. Es por ello la satisfacción del paciente se conceptualiza como una valoración del servicio de salud y de sus proveedores.

Satisfacción del cliente: Sigue y se deriva de juicios de calidad. Las variables se relacionan de la siguiente manera: cuando la calidad percibida es positiva, también lo es la satisfacción; cuando la primera es cero, la segunda es media; Esta última aumenta (o disminuye) con la primera (aumenta o disminuye).

Cliente: Usuarios que usan o necesitan los servicios de una organización (32).

Capacidad de respuesta: Es brindar un servicio adecuado; la otra parte es el cumplimiento de las promesas en tiempo, así como el grado de visitas de la organización a los clientes, es decir, la posibilidad de contactar con ella y la viabilidad de conseguirlo.

Empatía: La empresa está dispuesta a brindar a los usuarios una atención personalizada. Esto no es solo cortesía con los clientes, aunque esto es una parte significativa de la empatía porque también

compone la seguridad, sino que demanda un compromiso y participación firme con los clientes, y un conocimiento profundo de sus características y requisitos específicos (33).

Fiabilidad: La empresa que preste los servicios debe ser capaz de brindar servicios de manera confiable, segura y discreta. En el concepto de confiabilidad, incluye todos los elementos que permiten a los clientes detectar las capacidades profesionales y conocimientos hacia la compañía, es brindar los servicios correctamente desde el inicio.

Seguridad: Se siente cuando el usuario ha referido el problema a la organización y cree que se resolverá de la mejor manera. La seguridad significa credibilidad y la credibilidad contiene integridad, credibilidad y honestidad. Lo que quiere decir que no solo es importante cuidar los intereses de los usuarios, sino que la organización también debe mostrar su inquietud en esta área para que los usuarios estén más satisfechos.

Se puede definir seguridad de la siguiente manera es una fianza u obligación de indemnidad a favor de alguien (34).

Tangibilidad: El aspecto de la infraestructura, equipo, personal y material de comunicación (35).

También podemos decir que tangibilidad es un adjetivo que se puede percibir, tocar de manera precisa (36).

## **2.3. Formulación de hipótesis**

### **2.3.1. Hipótesis General**

Existe relación directa entre el clima organizacional y calidad de atención en los usuarios

de BOTICA FARMALUZ durante el mes de agosto a noviembre del año 2022.

### **2.3.2. Hipótesis Específicas**

Existe relación directa entre la comunicación y la calidad de atención en los usuarios de la BOTICA FARMALUZ

Existe relación directa entre el confort y la calidad de atención en los usuarios de la BOTICA FARMALUZ

Existe relación directa entre el liderazgo y la calidad de atención en los usuarios de la BOTICA FARMALUZ

Existe relación directa entre la estructura y la calidad de atención en los usuarios de la BOTICA FARMALUZ

Existe relación directa entre la remuneración y la calidad de atención en los usuarios de la BOTICA FARMALUZ

Existe relación directa entre la confiabilidad con el clima organizacional en la BOTICA FARMALUZ

Existe relación directa entre La capacidad de respuesta y clima organizacional en la BOTICA FARMALUZ

Existe relación directa entre la seguridad con el clima organizacional en la BOTICA FARMALUZ

Existe relación directa entre la empatía con el clima organizacional en la BOTICA FARMALUZ

Existe relación directa entre los aspectos tangibles con el clima organizacional en la BOTICA FARMALUZ

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

### **3.1. Método de la investigación**

Se aplicará el método hipotético deductivo, ya que se partió de lo general a lo más específico, aplicado a través de la técnica que fue la encuesta.

### **3.2. Enfoque de la investigación**

Enfoque cuantitativo. Los datos cuantitativos se recolectarán a través de una herramienta de cuestionario auto elaborado, utilizando una matriz de herramientas en la que las categorías principales se dividen en subcategorías; a su vez, las subcategorías se dividen en indicadores, lo que permite implementar cada ítem del cuestionario.

### **3.3. Tipo de investigación**

Es básica, ya que busca aumentar los conocimientos teóricos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico y no busca solucionar un problema.

### **3.4. Diseño de investigación**

El presente estudio es de diseño no experimental ya que durante toda la investigación no se manipuló ninguna de las variables. Es de corte transversal debido a que la recolección de datos se realizó en un determinado tiempo. Es correlacional ya que se describió la relación entre las

dos variables planteadas: clima organizacional y calidad de atención de los usuarios de la BOTICA FARMALUZ.

### **3.5. Población, muestra y muestreo**

#### **Población**

Está conformada por 100 usuarios de la BOTICA FARMALUZ, durante el periodo de agosto a noviembre 2022, los cuales son corroborados por el registro de ventas de la empresa

- Criterios de inclusión:

Usuarios de ambos sexos, mayores de 18 años, menores de 75 años, lucidos y que hayan aceptado voluntariamente su participación posterior a la atención en la BOTICA FARMALUZ.

- Criterios de exclusión:

- Usuarios menores de 18 años.
- usuarios mayores de 75 años
- Usuarios que no deseen participar en el estudio.

#### **Muestra**

En el siguiente estudio se tiene como muestra a 80 usuarios de la BOTICA FARMALUZ, los cuales fueron obtenidos por empleo de la fórmula para población finita

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

- Población Finita: 100
- Variable cualitativa Error: 0.05
- Nivel de confianza 95%

Donde:

$N = 100$  usuarios atendidos

$Z =$  nivel de confianza  $(1.96)^2$

$p = 0.50$  valor proporción que se desea estimar.

$q = 0.50$

$E = 0.05$  error de estimación máxima

$$\frac{100 \times (1.96)^2 \times (0.5 \times 0.5)}{(0.05)^2 (100-1) + 1.96^2 (0.5 \times 0.5)} = \frac{96.04}{1.2079} = 79.50 \text{ personas} = 80$$

### **Muestreo**

Es muestreo no probabilístico por conveniencia .

### **3.6. Variables y operacionalización**

**Tabla 1**

*Percepción del clima organizacional y calidad de atención de los usuarios de la BOTICA FARMALUZ Rimac-2022.*

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ESCALA VALORATIVA
<b>Variable 1: Clima organizacional</b>	El sistema de una organización produce un cierto clima basado en cómo el individuo percibe su trabajo, desempeño, productividad y satisfacción.	La operacionalización se desarrolla considerando las dimensiones: Comunicación, confort, Estructura, remuneración, liderazgo, con sus respectivos indicadores utilizando escala de medición ordinal y valorativa donde 7 es la calificación más alta y 1 como la más baja.	• Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación oral</li> <li>• Escrita</li> <li>• No verbal</li> </ul>	• Ordinal	• Escala numérica donde 7 es la calificación más alta y 1 como la más baja
			• Confort	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ambiente limpio</li> <li>• Ambiente desinfectado</li> <li>• Agradable</li> </ul>		
			• Estructura	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cantidad de reglas</li> <li>• Procedimientos</li> <li>• Documentación</li> </ul>		
			• Remuneración	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivos</li> <li>• Dinero efectivo</li> <li>• Beca</li> </ul>		
			• Liderazgo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Influencia del jefe</li> <li>• Valores</li> <li>• Normas</li> </ul>		

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ESCALA VALORATIVA
<b>Variable 2:</b> <b>Calidad de atención</b>	Los resultados de salud aumentan para las personas y las poblaciones en función de las prácticas basadas en la evidencia. Esto es esencial para llevar la cobertura sanitaria universal a una población.	La operacionalización se desarrolla considerando las dimensiones: Confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, aspectos tangibles, con sus respectivos indicadores utilizando escala de medición ordinal y valorativa donde 7 es la calificación más alta y 1 como la más baja.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confiabilidad</li> <li>• Capacidad de respuesta</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Empatía</li> <li>• Aspectos tangibles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Certeza</li> <li>• Habilidad</li> <li>• Claridad</li> <li>• Prontitud</li> <li>• Orden de llegada</li> <li>• Proactividad</li> <li>• Conocimiento</li> <li>• Eficacia</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Pronta recuperación</li> <li>• Serenidad</li> <li>• Amable</li> <li>• Comprensión</li> <li>• Estructura</li> <li>• Mesón</li> <li>• Señalización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordinal</li> </ul>	Escala numérica donde 7 es la calificación más alta y 1 como la más baja.

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

#### **3.7.1. Técnica**

Para la recolección de datos se aplicó la técnica llamada encuesta, el cuestionario fue respondido por los usuarios de la BOTICA FARMALUZ durante el horario de atención al público, previo a ello se les explico la forma del llenado del cuestionario para evitar sesgo.

Dimensiones del cuestionario SERVQUAL (calidad de atención):

- Confiabilidad (Preguntas: 1-3)
- Capacidad De Respuesta (Preguntas: 4-6)
- Seguridad (Preguntas: 7-9)
- Empatía (Preguntas: 10-12)
- Aspectos Tangibles (Preguntas: 13-15)

Dimensiones del cuestionario validado por MINSA (clima organizacional):

- Comunicación (Preguntas: 1-3)
- Confort (Preguntas: 4-6)
- Estructura (Preguntas: 7-9)
- Liderazgo (Preguntas: 10-12)
- Remuneración (Preguntas: 13-15)

### 3.7.2. Descripción

La herramienta de recolección de información serán 2 cuestionarios, para clima organizacional es el cuestionario elaborado por el ministerio de salud bajo normativa de la R.M. N°468-2011/MINSA. Para la calidad de atención es el modelo SERVQUAL elaborado por Zeithaml, Parasuraman y Berry. Cada cuestionario consta de 15 ítems distribuidos según sus dimensiones e indicadores. Ver anexo 03

(clima organizacional)

- Comunicación (Preguntas: 1-3)
- Confort (Preguntas: 4-6)
- Estructura (Preguntas: 7-9)
- Liderazgo (Preguntas: 10-12)
- Remuneración (Preguntas: 13-15)

(calidad de atención)

- Confiabilidad (Preguntas: 1-3)
- Capacidad De Respuesta (Preguntas: 4-6)
- Seguridad (Preguntas: 7-9)
- Empatía (Preguntas: 10-12)
- Aspectos Tangibles (Preguntas: 13-15)

### **3.7.3. Validación**

La evaluación será Mediante juicio de expertos:

- Validador metodólogo
- Validador estadístico
- Validador temático

Los 3 validadores calificaron como aplicable los instrumentos. Ver anexo 04

### **3.7.4. Confiabilidad**

Se efectuó la prueba de coeficiente de confiabilidad Alpha de Cronbach para ambos instrumentos. Ver anexo 05

### **3.7.5. Tipo de Investigación**

Es un estudio de tipo básico, corte transversal y prospectiva.

### **3.7.6. Nivel de Investigación**

Corresponde al nivel correlacional en el diseño post hoc ya que es el estudio del investigador partiendo de un evento que ya sucedió, de ahí que sus datos se basen en hechos realizados, de ahí su nombre.

## **3.8. Procesamiento y análisis de datos**

Una vez finalizada la recolección de los datos se procedió a compilar la información

recolectada en cada una de las encuestas construyendo así una base de datos en una hoja de cálculo del programa Microsoft Excel versión 2019; la antes mencionada base de datos fue exportada al programa estadístico *Statistical Package for the Social Science – SPSS* versión 26, con el cual se llevó a cabo el análisis estadístico de los datos.

Se llevó a cabo la evaluación descriptiva de los datos recolectados, estableciendo medidas de frecuencia absoluta (n) y relativa (porcentaje - %) para identificar la distribución de las respuestas a cada una de las preguntas contenidas en la encuesta aplicada.

Las respuestas obtenidas fueron condensadas según las dimensiones de la encuesta de clima organizacional y calidad de atención, considerando un resultado ordinal de tres categorías: Bajo, Medio y alto; así mismo se obtuvieron resultados generales ordinales para cada encuesta: Bajo, Medio y alto.

A fin de comprobar las hipótesis planteadas, se aplicó la prueba estadística de coeficiente de correlación de Spearman, con la cual se correlacionaron los resultados ordinales de ambos cuestionarios y de sus respectivas dimensiones; obteniéndose así tanto un p-valor y un coeficiente de correlación Rho para cada hipótesis. Dicha contrastación de hipótesis consideró un nivel de significancia de 0.05.

### **3.9. Aspectos éticos**

Para garantizar el componente ético del estudio, los datos se protegerán intactos y se utilizó el consentimiento informado ello garantiza la participación voluntaria de los usuarios de la BOTICA FARMALUZ. Además, el estudio ha sido presentado y será aprobado por el Comité de

Ética e Investigación de la Universidad NORBERT WIENER y BOTICA FARMALUZ.

## CAPITULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

### 4.1. Resultados

#### 4.1.1. Análisis descriptivos de resultados

##### 4.1.1.1. Variable 01 clima organizacional

Las respuestas a las quince (15) preguntas del clima organizacional fueron unificadas y categorizadas en tres niveles: Bajo, Medio y Alto.

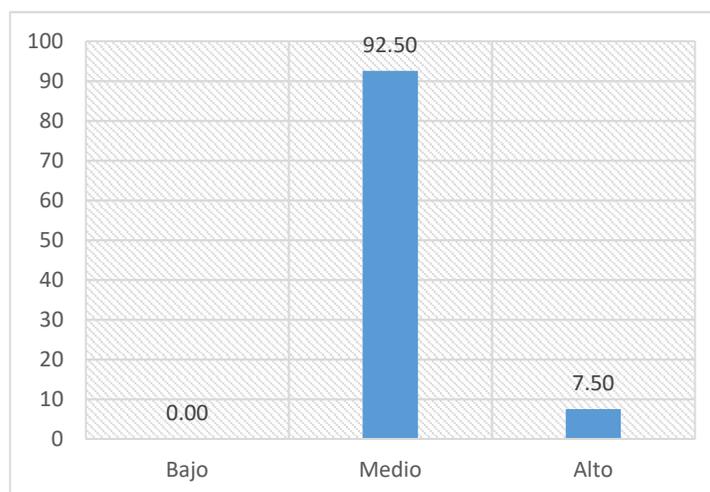
**Tabla 2**

*Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas de clima organizacional, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL	Bajo	Medio	Alto
	n (%)	n (%)	n (%)
General	0 (0.00)	74 (92.50)	6 (7.50)

**Figura 1**

*Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas de clima organizacional, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*



**Interpretación:** El análisis que fue realizado nos arrojó como resultado que la categoría más frecuente pertenece al nivel medio con un 92.50%. (Tabla 2 y Figura 1)

#### 4.1.1.1.1. Dimensión 1 - Comunicación

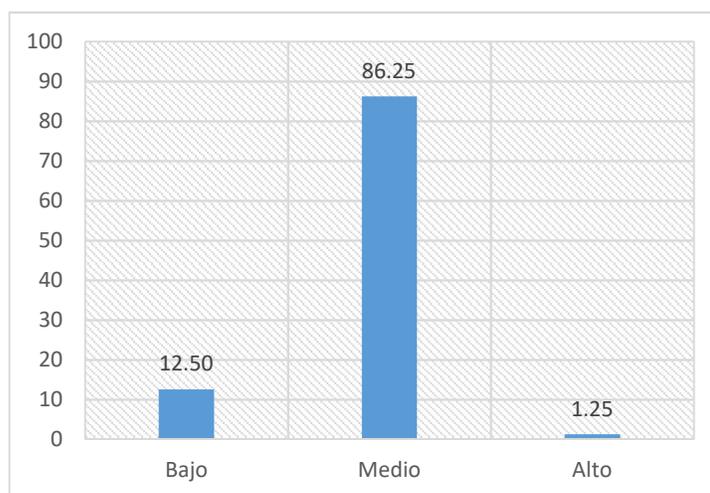
**Tabla 3**

*Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 1 – Comunicación, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

CUESTIONARIO DE CLIMA LABORAL	Bajo	Medio	Alto
	n (%)	n (%)	n (%)
Dimensión 1: Comunicación	10 (12.50)	69 (86.25)	1 (1.25)

**Figura 2**

*Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 1 – Comunicación, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*



**Interpretación:** Las respuestas obtenidas por las preguntas de la dimensión de comunicación fueron unificadas y categorizadas en tres niveles: Bajo, Medio y Alto.

El resultado que fue encontrado pertenece a la categoría medio con un 86.25%. (Tabla 3 y Figura 2)

#### 4.1.1.1.2. Dimensión 2 – Confort

El cuestionario de clima organizacional en su segunda dimensión (confort) está conformado por preguntas de respuestas politómicas en escala Likert con distribución ordinal.

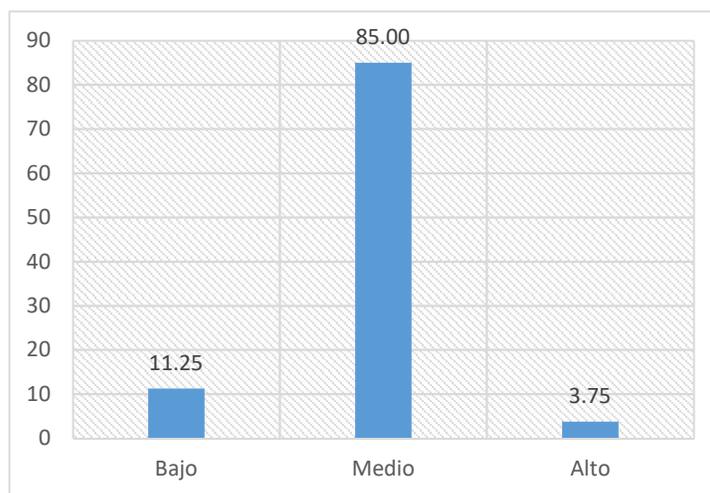
**Tabla 4**

*Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 2 – Confort, en el cuestionario de clima organizacional, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

<b>CUESTIONARIO DE CLIMA LABORAL</b>	<b>Bajo</b>	<b>Medio</b>	<b>Alto</b>
	<b>n (%)</b>	<b>n (%)</b>	<b>n (%)</b>
Dimensión 2: Confort	9 (11.25)	68 (85.00)	3 (3.75)

**Figura 3**

*Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 2 – Confort, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*



**Interpretación:** Las respuestas obtenidas por las preguntas de la dimensión de confort fueron unificadas y categorizadas en tres niveles: Bajo, Medio y Alto.

Como resultado del análisis realizado se determinó que la categoría más frecuente pertenece al nivel medio con un 85.00 %. (Tabla 4 y Figura 3)

#### 4.1.1.1.3. Dimensión 3 - Estructura

El cuestionario de clima organizacional en su tercera dimensión (Estructura) está conformado por preguntas de respuestas politómicas en escala Likert con distribución ordinal.

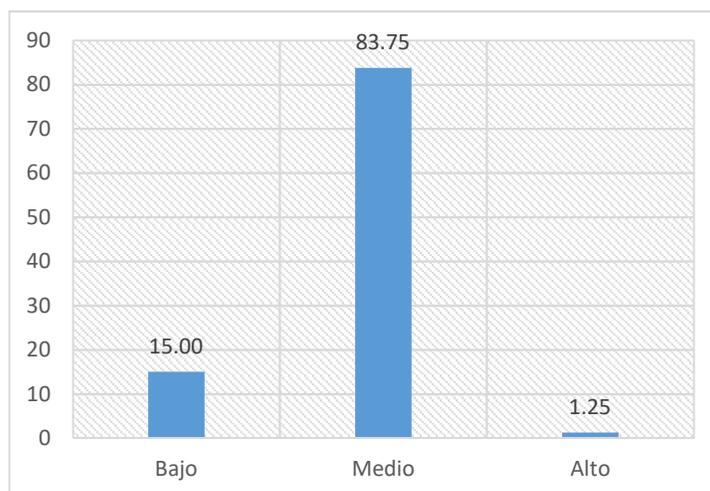
**Tabla 5**

*Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 3 – Estructura, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

<b>CUESTIONARIO DE CLIMA LABORAL</b>	<b>Bajo</b>	<b>Medio</b>	<b>Alto</b>
	<b>n (%)</b>	<b>n (%)</b>	<b>n (%)</b>
Dimensión 3: Estructura	12 (15.00)	67 (83.75)	1 (1.25)

**Figura 4**

*Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 3 – Estructura, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*



**Interpretación:** Las respuestas obtenidas por las preguntas de la dimensión de estructura fueron unificadas y categorizadas en tres niveles: Bajo, Medio y Alto.

Como resultado del análisis realizado se determinó que la categoría más frecuente pertenece al nivel medio con un 83.75 % (Tabla 5 y Figura 4)

**4.1.1.1.4. Dimensión 4 - Liderazgo**

El cuestionario de clima organizacional en su cuarta dimensión (Liderazgo) está conformado por preguntas de respuestas politómicas en escala Likert con distribución ordinal.

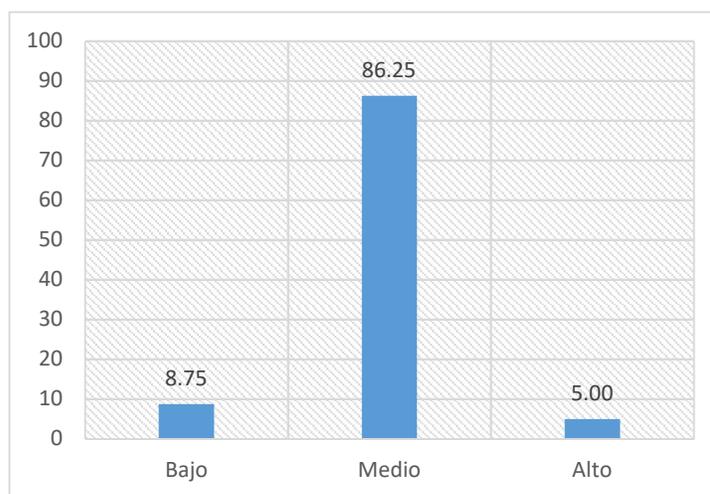
**Tabla 6**

*Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 4 – Liderazgo, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

<b>CUESTIONARIO DE CLIMA LABORAL</b>	<b>Bajo</b>	<b>Medio</b>	<b>Alto</b>
	<b>n (%)</b>	<b>n (%)</b>	<b>n (%)</b>
Dimensión 4: Liderazgo	7 (8.75)	69 (86.25)	4 (5.00)

**Figura 5**

*Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 4 – Liderazgo, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*



**Interpretación:** Las respuestas obtenidas por las preguntas de la dimensión de liderazgo fueron unificadas y categorizadas en tres niveles: Bajo, Medio y Alto.

Como resultado del análisis realizado se determinó que la categoría más frecuente pertenece al nivel medio con un 86.25%. (Tabla 6 y Figura 5)

#### 4.1.1.1.5. Dimensión 5 - Remuneración

El cuestionario de clima organizacional en su quinta dimensión (remuneración) está conformado por preguntas de respuestas politómicas en escala Likert con distribución ordinal.

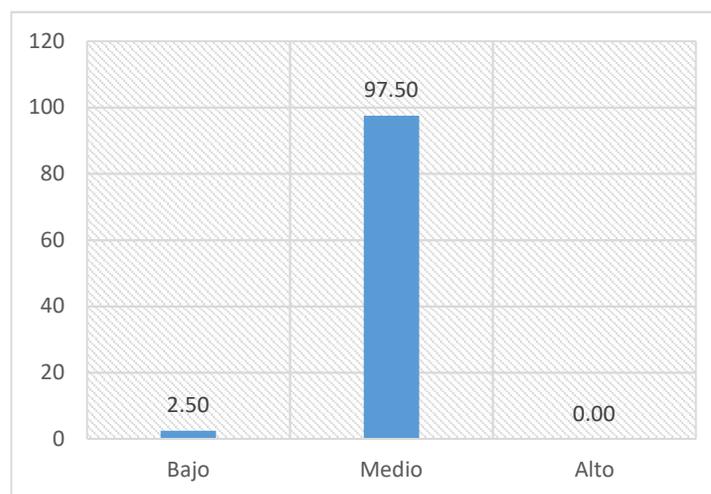
#### Tabla 7

*Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 5 – remuneración, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL	Bajo	Medio	Alto
	n (%)	n (%)	n (%)
Dimensión 5: Remuneración	2 (2.50)	78 (97.50)	0 (0.00)

**Figura 6**

*Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 5 remuneración, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*



**Interpretación:** Las respuestas obtenidas por las preguntas de la dimensión de remuneración fueron unificadas y categorizadas en tres niveles: Bajo, Medio y Alto .

Como resultado del análisis realizado se determinó que la categoría más frecuente pertenece al nivel medio con un 97.50%. (Tabla 7 y Figura 6)

#### 4.1.1.2. Variable 2 calidad de atención

Las respuestas a las quince (15) preguntas de la calidad de atención fueron unificadas y categorizadas en tres niveles: Bajo, Medio y Alto.

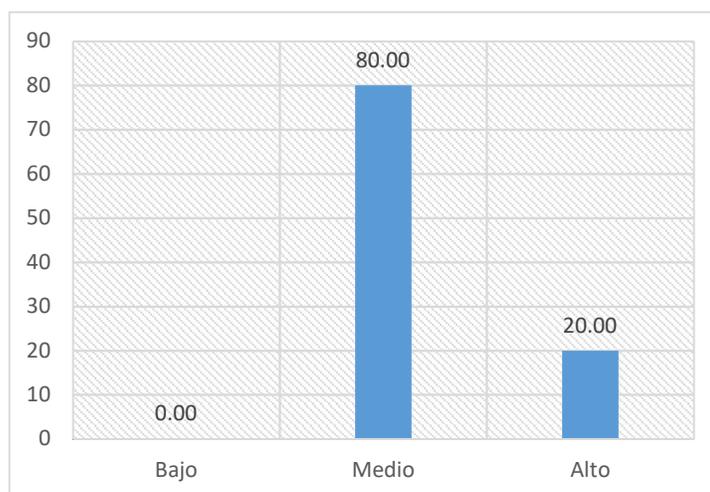
#### Tabla 8

*Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas de calidad de atención, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN	Bajo	Medio	Alto
	n (%)	n (%)	n (%)
General	0 (0.00)	64 (80.00)	16 (20.00)

#### Figura 7

*Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas de calidad de atención, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*



**Interpretación:** Como resultado del análisis realizado se determinó que la categoría más frecuente pertenece al nivel medio con un 80.00%. (Tabla 8 y Figura 7)

#### 4.1.1.2.1. Dimensión 1 - Confiabilidad

El cuestionario de calidad de atención en su primera dimensión (confiabilidad) está conformado por preguntas de respuestas politómicas en escala Likert con distribución ordinal.

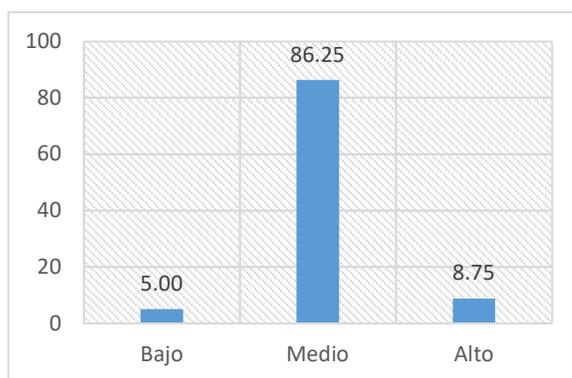
**Tabla 9**

*Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 1 – Confiabilidad, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

<b>CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN</b>	<b>Bajo</b>	<b>Medio</b>	<b>Alto</b>
	<b>n (%)</b>	<b>n (%)</b>	<b>n (%)</b>
Dimensión 1: Confiabilidad	4 (5.00)	69 (86.25)	7 (8.75)

**Figura 8**

*Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 1 – Confiabilidad, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*



**Interpretación:** Las respuestas obtenidas por las preguntas de la dimensión de confiabilidad fueron unificadas y categorizadas en tres niveles: Bajo, Medio y Alto.

Como resultado del análisis realizado se determinó que la categoría más frecuente pertenece al nivel medio con un 86.25%. (Tabla 9 y Figura 8)

**4.1.1.2.2. Dimensión 2 - Capacidad de Respuesta**

El cuestionario de calidad de atención en su segunda dimensión (capacidad de respuesta) está conformado por preguntas de respuestas politómicas en escala Likert con distribución ordinal.

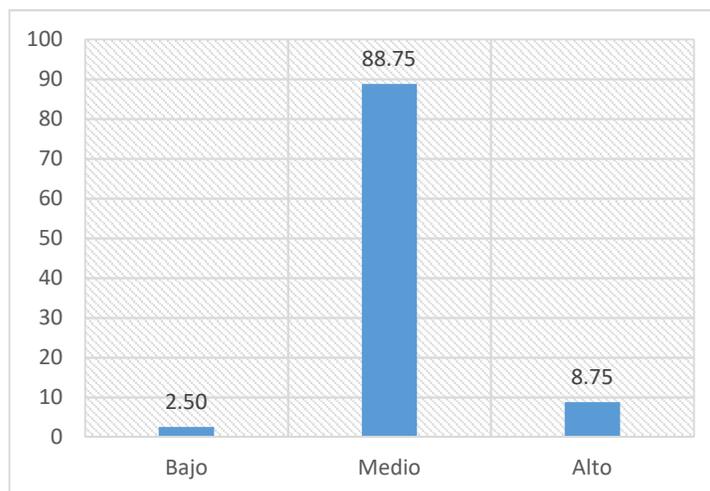
**Tabla 10**

*Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 2 – Capacidad de respuesta, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

<b>CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN</b>	<b>Bajo</b>	<b>Medio</b>	<b>Alto</b>
	<b>n (%)</b>	<b>n (%)</b>	<b>n (%)</b>
Dimensión 2: Capacidad De Respuesta	2 (2.50)	71 (88.75)	7 (8.75)

**Figura 9**

*Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 2 – Capacidad de respuesta, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*



**Interpretación:** Las respuestas obtenidas por las preguntas de la dimensión de capacidad de respuesta fueron unificadas y categorizadas en tres niveles: Bajo, Medio y Alto.

Como resultado del análisis realizado se determinó que la categoría más frecuente pertenece al nivel medio con un 88.75%. (Tabla 10 y Figura 9)

#### 4.1.1.2.3. Dimensión 3 - Seguridad

El cuestionario de calidad de atención en su tercera dimensión (seguridad) está conformado por preguntas de respuestas politómicas en escala Likert con distribución ordinal.

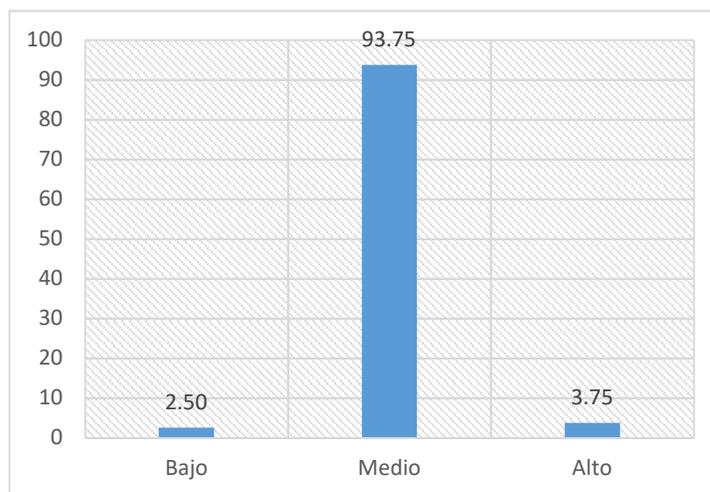
**Tabla 11**

*Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 3 – seguridad, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN	Bajo	Medio	Alto
	n (%)	n (%)	n (%)
Dimensión 3: Seguridad	2 (2.50)	75 (93.75)	3 (3.75)

**Figura 10**

*Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 3 – seguridad, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*



**Interpretación:** Las respuestas obtenidas por las preguntas de la dimensión de seguridad fueron unificadas y categorizadas en tres niveles: Bajo, Medio y Alto.

Como resultado del análisis realizado se determinó que la categoría más frecuente pertenece al nivel medio con un 93.75%. (Tabla 11 y Figura 10)

#### **4.1.1.2.4. Dimensión 4 - Empatía**

El cuestionario de calidad de atención en su cuarta dimensión (empatía) está conformado por preguntas de respuestas politómicas en escala Likert con distribución ordinal.

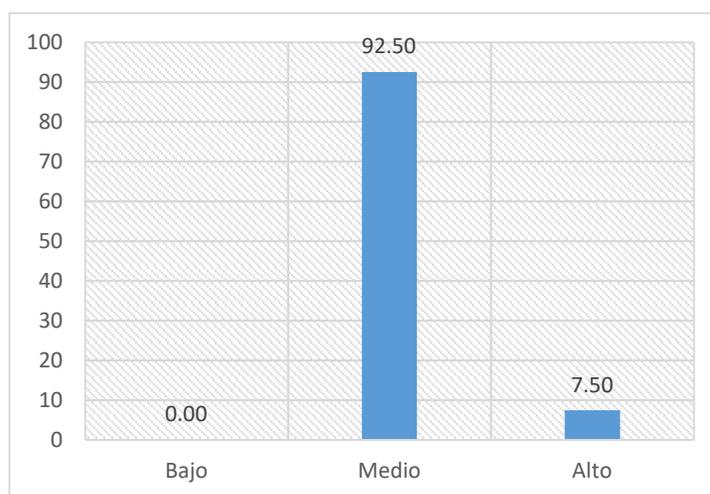
#### **Tabla 12**

*Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 4 – empatía, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN	Bajo	Medio	Alto
	n (%)	n (%)	n (%)
Dimensión 4: Empatía	0 (0.00)	74 (92.50)	6 (7.50)

**Figura 11:**

*Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 4 – empatía, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*



**Interpretación:** Las respuestas obtenidas por las preguntas de la dimensión de empatía fueron unificadas y categorizadas en tres niveles: Bajo, Medio y Alto.

Como resultado del análisis realizado se determinó que la categoría más frecuente pertenece al nivel medio con un 92.50%. (Tabla 12 y Figura 11)

#### 4.1.1.2.5. Dimensión 5 - Aspectos Tangibles

El cuestionario de calidad de atención en su primera dimensión (aspectos tangibles) está conformando por preguntas de respuestas politómicas en escala Likert con distribución ordinal.

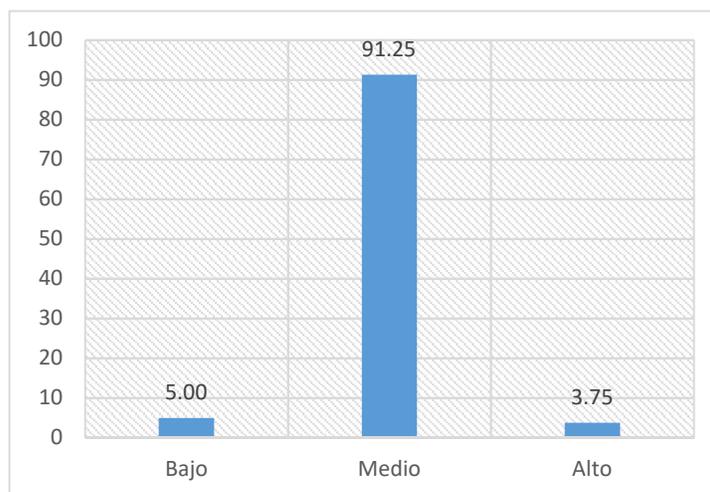
**Tabla 13**

*Distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 5 – aspectos tangibles, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN	Bajo	Medio	Alto
	n (%)	n (%)	n (%)
Dimensión 5: Aspectos Tangibles	4 (5.00)	73 (91.25)	3 (3.75)

**Figura 12**

*Gráfico de barras para la distribución de frecuencias del nivel de las respuestas a las preguntas de la Dimensión 5 – aspectos tangibles, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*



**Interpretación:** Las respuestas obtenidas por las preguntas de la dimensión de aspectos tangibles fueron unificadas y categorizadas en tres niveles: Bajo, Medio y Alto.

Como resultado del análisis realizado se determinó que la categoría más frecuente pertenece al nivel medio con un 91.25%. (Tabla 13 y Figura 12)

#### 4.1.2. Prueba de hipótesis

Análisis estadístico inferencial

##### 4.1.2.1. Hipótesis General:

*“Existe relación directa entre el clima organizacional y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ durante el mes de agosto a noviembre del año 2022”*

**H0:** No existe relación entre el clima organización y la calidad de atención.

**H1:** Existe relación directa entre el clima organización y la calidad de atención.

El nivel de significancia estadística definida para la comprobación de la hipótesis propuesta es de 0.05.

**Tabla 14**

*Evaluación de la correlación entre el nivel de clima organizacional y calidad de atención, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN	CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL			Rho	P-Valor†
	Bajo	Medio	Alto		
	n (%)	n (%)	n (%)		
Bajo	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	-0.024	0.835
Medio	0 (0.00)	59 (79.73)	15 (20.27)		
Alto	0 (0.00)	5 (83.33)	1 (16.67)		

†Prueba coeficiente de correlación de Spearman.

Rho: Valor del coeficiente de correlación.

**Interpretación:** Se identificó que el p-valor encontrado es mayor al nivel de significancia de 0.05, (p valor 0.835) por lo cual no rechazamos la hipótesis nula; por ello concluimos que no existió relación entre el clima organizacional y la calidad de atención.

#### 4.1.2.2. Primera Hipótesis Específica:

*“Existe relación directa entre la comunicación y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ”*

**H0:** No existe relación entre la comunicación y la calidad de atención.

**H1:** Existe relación directa entre la comunicación y la calidad de atención.

El nivel de significancia estadística definida para la comprobación de la hipótesis propuesta es de 0.05.

**Tabla 15**

*Evaluación de la correlación entre la comunicación y la calidad de atención, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL	CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN			Rho	P-Valor†
	Bajo	Medio	Alto		
	n (%)	n (%)	n (%)		
Dimensión 1: Comunicación					
Bajo	0 (0.00)	9 (90.00)	1 (10.00)	0.074	0.516
Medio	0 (0.00)	54 (78.26)	15 (21.74)		
Alto	0 (0.00)	1 (100)	0 (0.00)		

†Prueba coeficiente de correlación de Spearman.

Rho: Valor del coeficiente de correlación.

**Interpretación:** Se identificó que el p-valor encontrado es mayor al nivel de significancia de 0.05, (0.516) por lo cual no rechazamos la hipótesis nula; por ello concluimos que no existe relación entre la dimensión de comunicación del clima organizacional y la calidad de atención.

#### 4.1.2.3. Segunda Hipótesis Específica:

*“Existe relación directa entre el confort y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ”*

**H0:** No existe relación entre el confort y la calidad de atención.

**H1:** Existe relación directa entre el confort y la calidad de atención.

El nivel de significancia estadística definida para la comprobación de la hipótesis propuesta es de 0.05.

**Tabla 16**

*Evaluación de la correlación entre el confort y la calidad de atención, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL	CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN			Rho	P-Valor†
	Bajo	Medio	Alto		
	n (%)	n (%)	n (%)		
Dimensión 2: Confort					
Bajo	0 (0.00)	6 (66.67)	3 (33.33)	-0.147	0.192
Medio	0 (0.00)	55 (80.88)	13 (19.12)		
Alto	0 (0.00)	3 (100)	0 (0.00)		

†Prueba coeficiente de correlación de Spearman.

Rho: Valor del coeficiente de correlación.

**Interpretación:** Se identifico que el p-valor encontrado es mayor al nivel de significancia de 0.05, (0.192) por lo cual no rechazamos la hipótesis nula; por ello concluimos que no existió relación entre la dimensión confort del clima organizacional y la calidad de atención.

#### 4.1.2.4. Tercera Hipótesis Específica:

*“Existe relación directa entre la estructura y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ”*

**H0:** No existe relación entre la estructura y la calidad de atención.

**H1:** Existe relación directa entre la estructura y la calidad de atención.

El nivel de significancia estadística definida para la comprobación de la hipótesis propuesta es de 0.05.

#### Tabla 17

*Evaluación de la correlación entre la estructura y la calidad de atención, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL	CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN			Rho	P-Valor†
	Bajo	Medio	Alto		
	n (%)	n (%)	n (%)		
Dimensión 3: Estructura					
Bajo	0 (0.00)	11 (91.67)	1 (8.33)	0.103	0.365

Medio	0 (0.00)	52 (77.61)	15 (22.39)
Alto	0 (0.00)	1 (100)	0 (0.00)

---

†Prueba coeficiente de correlación de Spearman.

Rho: Valor del coeficiente de correlación.

**Interpretación:** Se identifico que el p-valor encontrado es mayor al nivel de significancia de 0.05, (0.365) por lo cual no rechazamos la hipótesis nula; por ello concluimos que no existió relación entre la dimensión estructura del clima organizacional y la calidad de atención.

#### 4.1.2.5. Cuarta Hipótesis Específica:

*“Existe relación directa entre el liderazgo y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ”*

**H0:** No existe relación entre el liderazgo y la calidad de atención.

**H1:** Existe relación directa entre el liderazgo y la calidad de atención.

El nivel de significancia estadística definida para la comprobación de la hipótesis propuesta es de 0.05.

#### Tabla 18

*Evaluación de la correlación entre el liderazgo y la calidad de atención, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL	CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN			Rho	P-Valor†
	Bajo	Medio	Alto		
	n (%)	n (%)	n (%)		
Dimensión 4: Liderazgo					
Bajo	0 (0.00)	6 (85.71)	1 (14.29)	0.051	0.654
Medio	0 (0.00)	55 (79.71)	14 (20.29)		
Alto	0 (0.00)	3 (75.00)	1 (25.00)		

†Prueba coeficiente de correlación de Spearman.

Rho: Valor del coeficiente de correlación.

**Interpretación:** Se identifico que el p-valor encontrado es mayor al nivel de significancia de 0.05, (0.654) por lo cual no rechazamos la hipótesis nula; por ello concluimos que no existió relación entre la dimensión liderazgo del clima organizacional y la calidad de atención.

#### 4.1.2.6. Quinta Hipótesis Específica:

*“Existe relación directa entre la remuneración y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ”*

**H0:** No existe relación entre la remuneración y la calidad de atención.

**H1:** Existe relación directa entre la remuneración y la calidad de atención.

El nivel de significancia estadística definida para la comprobación de la hipótesis propuesta es de 0.05.

#### Tabla 19

*Evaluación de la correlación entre la remuneración y la calidad de atención, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL	CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN			Rho	P-Valor†
	Bajo	Medio	Alto		
	n (%)	n (%)	n (%)		
Dimensión 5: Remuneración					
Bajo	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100)	-0.320	0.004
Medio	0 (0.00)	64 (82.05)	14 (17.95)		
Alto	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)		

†Prueba coeficiente de correlación de Spearman.

Rho: Valor del coeficiente de correlación.

**Interpretación:** Se identifico que el p-valor encontrado es menor al nivel de significancia de 0.05, (0.004) por lo cual rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la alternativa; por ello concluimos que existió relación inversa entre la dimensión remuneración del clima organizacional y la calidad de atención.

#### 4.1.2.7. Sexta Hipótesis Específica:

*“Existe relación directa entre la confiabilidad con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ”*

**H0:** No existe relación entre la confiabilidad y el clima organizacional.

**H1:** Existe relación directa entre la confiabilidad y el clima organizacional.

El nivel de significancia estadística definida para la comprobación de la hipótesis propuesta es de 0.05.

**Tabla 20**

*Evaluación de la correlación entre la confiabilidad y el clima organizacional, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN	CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL			Rho	P-Valor†
	Bajo	Medio	Alto		
	n (%)	n (%)	n (%)		
Dimensión 1: Confiabilidad					
Bajo	0 (0.00)	3 (75.00)	1 (25.00)	-0.026	0.821
Medio	0 (0.00)	65 (94.20)	4 (5.80)		
Alto	0 (0.00)	6 (85.71)	1 (14.29)		

†Prueba coeficiente de correlación de Spearman.

Rho: Valor del coeficiente de correlación.

**Interpretación:** Se identifico que el p-valor encontrado es mayor al nivel de significancia de 0.05, (0.821) por lo cual se identifica la necesidad de no rechazar la hipótesis nula; por ello concluimos que no existió relación entre la dimensión de confiabilidad de calidad de atención y el clima organizacional.

#### 4.1.2.8. Séptima Hipótesis Específica:

*“Existe relación directa entre la capacidad de respuesta con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ”*

**H0:** No existe relación entre la capacidad de respuesta y el clima organizacional.

**H1:** Existe relación directa entre la capacidad de respuesta y el clima organizacional.

El nivel de significancia estadística definida para la comprobación de la hipótesis propuesta es de 0.05.

**Tabla 21**

*Evaluación de la correlación entre la capacidad de respuesta y el clima organizacional, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN	CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL			Rho	P-Valor†
	Bajo	Medio	Alto		
	n (%)	n (%)	n (%)		
Dimensión 2: Capacidad De Respuesta					
Bajo	0 (0.00)	1 (50.00)	1 (50.00)	-0.047	0.680
Medio	0 (0.00)	67 (94.37)	4 (5.63)		
Alto	0 (0.00)	6 (85.71)	1 (14.29)		

†Prueba coeficiente de correlación de Spearman.

Rho: Valor del coeficiente de correlación.

**Interpretación:** Se identificó que el p-valor encontrado es mayor al nivel de significancia de 0.05, (0.680) por lo cual se identifica la necesidad de no rechazar la hipótesis nula; por ello concluimos que no existió relación entre la dimensión capacidad de respuesta de calidad de atención y el clima organizacional.

#### 4.1.2.9. Octava Hipótesis Específica:

*“Existe relación directa entre la seguridad con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ”*

**H0:** No existe relación entre la seguridad y el clima organizacional.

**H1:** Existe relación directa entre la seguridad y el clima organizacional.

El nivel de significancia estadística definida para la comprobación de la hipótesis propuesta es de 0.05.

#### Tabla 22

*Evaluación de la correlación entre la seguridad y el clima organizacional, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN	CUESTIONARIO DE CLIMA LABORAL			Rho	P-Valor†
	Bajo	Medio	Alto		
	n (%)	n (%)	n (%)		

Dimensión 3: Seguridad

Bajo	0 (0.00)	2 (100)	0 (0.00)	0.176	0.118
Medio	0 (0.00)	70 (93.33)	5 (6.67)		
Alto	0 (0.00)	2 (66.67)	1 (33.33)		

---

†Prueba coeficiente de correlación de Spearman.

Rho: Valor del coeficiente de correlación.

**Interpretación:** Se identifico que el p-valor encontrado es mayor al nivel de significancia de 0.05, (0.118) por lo cual se identifica la necesidad de no rechazar la hipótesis nula; por ello concluimos que no existió relación entre la dimensión seguridad de calidad de atención y el clima organizacional.

#### 4.1.2.10. Novena Hipótesis Específica:

*“Existe relación directa entre la empatía con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ”*

**H0:** No existe relación entre la empatía y el clima organizacional.

**H1:** Existe relación directa entre la empatía y el clima organizacional.

El nivel de significancia estadística definida para la comprobación de la hipótesis propuesta es de 0.05.

#### Tabla 23

*Evaluación de la correlación entre la empatía y el clima organizacional, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN	CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL			Rho	P-Valor†
	Bajo	Medio	Alto		
	n (%)	n (%)	n (%)		
Dimensión 4: Empatía					
Bajo	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0.099	0.382
Medio	0 (0.00)	69 (93.24)	5 (6.76)		
Alto	0 (0.00)	5 (83.33)	1 (16.67)		

†Prueba coeficiente de correlación de Spearman.

Rho: Valor del coeficiente de correlación.

**Interpretación:** Se identifico que el p-valor encontrado es mayor al nivel de significancia de 0.05, (0.382) por lo cual se identifica la necesidad de no rechazar la hipótesis nula; por ello concluimos que no existió relación entre la dimensión empatía de calidad de atención y el clima organizacional.

#### 4.1.2.11. Décima Hipótesis Específica:

*“Existe relación directa entre los aspectos tangibles con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ”*

**H0:** No existe relación entre los aspectos tangibles y el clima organizacional.

**H1:** Existe relación directa entre los aspectos tangibles y el clima organizacional.

El nivel de significancia estadística definida para la comprobación de la hipótesis propuesta es de 0.05.

**Tabla 24**

*Evaluación de la correlación entre los aspectos tangibles y el clima organizacional, en la Botica FARMALUZ Rímac, 2022.*

CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN	CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL			Rho	P-Valor <sup>†</sup>
	Bajo	Medio	Alto		
	n (%)	n (%)	n (%)		
Dimensión 5: Aspectos Tangibles					
Bajo	0 (0.00)	4 (100)	0 (0.00)	0.172	0.127
Medio	0 (0.00)	68 (93.15)	5 (6.85)		
Alto	0 (0.00)	2 (66.67)	1 (33.33)		

<sup>†</sup>Prueba coeficiente de correlación de Spearman.

Rho: Valor del coeficiente de correlación.

**Interpretación:** Se identifico que el p-valor encontrado es mayor al nivel de significancia de 0.05, (0.127) por lo cual se identifica la necesidad de no rechazar la hipótesis nula; por ello concluimos que no existió relación entre la dimensión aspectos tangibles de calidad de atención y el clima organizacional.

Para la realización de la prueba estadística no paramétrica de coeficiente de correlación de Spearman mencionada, no necesita evaluación de normalidad la cual es propia para distribución de variables de naturaleza cuantitativa (37).

Las investigaciones durante su ejecución están propensas a errores estas pueden ser aleatoria o por azar estas pueden influir directamente en los resultados y afectar la veracidad del estudio (38).

#### **4.1.3. Discusión de resultados**

Como resultado del análisis estadístico de la dimensión comunicación se observó que el porcentaje más alto perteneció a la categoría medio con un 86.25 %. El cual discrepa con la investigación de Agudelo, et al., (2020) titulado "Relación del clima organizacional y la percepción de la calidad de los servicios de salud en una institución de salud de la ciudad de Manizales periodo 2018 – 2019" donde se demostró que el clima organizacional del personal administrativo y enfermería fue satisfactorio o alto. En dichas investigaciones podemos observar diferentes resultados esto debido a que se tratan de diferentes muestras, en una investigación se identificó la percepción del usuario sobre clima organizacional y la otra la percepción del personal de salud por otro lado se investigó a distintas cantidades de muestra en uno 80 y el otro 99 (11).

La dimensión confort tiene un porcentaje de 85% el cual perteneció a la categoría medio. por otro lado, Irene, et al., (2020) en su investigación clima organizacional de un Centro de Salud de Primer Nivel de Atención Morelos, México tuvo como resultado malo o insatisfactorio en ambas investigaciones se observa diferentes resultados, esto se debe a varios factores, podría decirse que hubo sesgo, en la investigación de Irene solo se encuestaron a 13 participantes con un formulario de 80 preguntas, cuando se trata de muestras pequeñas los resultados pueden variar por ello es

mucho mejor trabajar con muestras más grandes, en ambas investigaciones se sugiere realizar otras investigaciones con enfoque cualitativo (12).

La dimensión estructura perteneció a la categoría medio con un 83.75%, así mismo, Burga y Condori, (2021) en su investigación “Influencia del clima organizacional en la percepción de la calidad de atención del personal de la botica Mifarma en la atención farmacéutica, Ate- Lima 2020-2021” obtuvieron como resultado la categoría satisfactoria, como observamos en ambas investigaciones hubieron diferentes resultados, nuestra muestra fueron los usuarios de la BOTICA FARMALUZ y en la investigación de Burga y Condori la muestra fue los trabajadores de la empresa, hay diferencias en ambas muestras ya sea cultural, educativo, económico, dichos factores tienen influencia al responder las encuestas de ahí las diferencias en los resultados. (16)

La dimensión liderazgo obtuvo un 86.25% el cual perteneció a la categoría medio, por otro lado Santiago, et al., (2018) en su investigación “Evaluar si la encuesta de satisfacción es efectiva para mejorar la atención al paciente y aumentar la satisfacción” obtuvo como resultado satisfactorio o alto, en ambas investigaciones observamos distintos resultados, para mejorar la capacidad de liderar en muchos casos es necesario desarrollar algunas habilidades y emplearlo en un ambiente pequeño como una botica no siempre es medible y más aún si la percepción de ello es medida por los usuarios (14).

En la dimensión remuneración se obtuvo 97.50% el cual perteneció al nivel medio, así mismo, Pajuelo y Ruelas. (2018) en su investigación: “Evaluar percepción del clima organizacional de los trabajadores en el área de farmacia – hospital nacional docente madre niño san Bartolomé, marzo 2018” obtuvo como resultado medio o por mejorar, en ambas

investigaciones podemos ver similitud en los resultados, nuestra investigación se dio en un establecimiento pequeño como es una botica a diferencia de Pajuelo y Ruelas que se dio en la farmacia de un hospital, por ello es importante realizar estas investigaciones cada cierto tiempo con la finalidad de hacer mejoras en muchos aspectos de los establecimientos farmacéuticos (19).

La dimensión confiabilidad 86.25% y la dimensión capacidad de respuesta 88.75%, ambos casos pertenecieron a la categoría medio, por otro lado, Díaz y Yampi. (2018) en su investigación donde se estableció el nivel de satisfacción de los clientes de las farmacias Mifarma del Sector, obtuvo como resultado la categoría satisfactoria o buena, en ambas investigaciones se tienen diferentes resultados, la investigación de Díaz y Yampi se realizó en el 2018 y nuestra investigación en el 2022. Cuando se trata de clima organizacional y su relación con la calidad de atención son actividades que evolucionan constantemente y además va a depender de la persuasión de las muestras, he ahí la diferencia de resultados (18).

Referente a la dimensión Seguridad, la muestra arrojó un 93.75% y empatía 92.50%, ambos casos pertenecieron a la categoría medio. Torres M, 2021 en su investigación “Calidad de atención de enfermería y satisfacción del paciente que acude al servicio de hospitalización de la clínica san José Cusco – 2021” obtuvo que el 38% de sus encuestados afirmaron que la calidad de atención es pésima, en ambas investigaciones visualizamos distintos resultados, para nuestra investigación utilizamos 2 instrumentos ambos aplicados a los usuarios y Torres M también aplicó 2 instrumentos, ambos aplicados a los pacientes. La diferencia radica en la muestra, no es lo mismo medir la percepción de pacientes hospitalizados que usuarios de botica (39).

En nuestra investigación la muestra determinó que la dimensión aspectos tangibles perteneció a la categoría medio con un 91.25% y Pedraza I, 2020 en su investigación “Estrategia de clima organizacional en salud para mejorar la calidad de atención de los usuarios del centro de salud Olmos”, determinó que la dimensión aspectos tangibles obtuvo el 52% lo cual lo cataloga en la categoría medio. En ambas investigaciones existe cierta similitud en los resultados a pesar de haber diferencias en las muestras, los resultados en este tipo de investigaciones es necesario tomarlas con cautela ya que la percepción de las personas en los centros de salud puede variar en base al estado emocional debido a dolencias, patologías y problemas (40).

## **CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. Conclusiones**

- Se determinó que no existe relación significativa entre el clima organizacional y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ ya que el p valor es **0.835**
- Se determinó que no existe relación significativa entre la comunicación y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ ya que el p valor es **0.516**
- Se determinó que no existe relación significativa entre el confort y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ ya que el p valor es **0.192**
- Se determinó que no existe relación significativa entre el liderazgo y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ ya que el p valor es de **0.654**
- Se determinó que no existe relación significativa entre la estructura y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ ya que el p valor es de **0.365**
- Se determinó que una existe relación inversa entre la remuneración y la calidad de atención

de los usuarios de BOTICA FARMALUZ ya que el p valor es **0.004**

- Se determinó que no existe relación significativa entre la confiabilidad con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ ya que el p valor es de **0.821**
- Se determinó que no existe relación significativa entre la capacidad de respuesta con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ ya que el p valor es de **0.680**
- Se determinó que no existe relación significativa entre la seguridad con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ ya que el p valor es de **0.118**
- Se determinó que no existe relación significativa entre la empatía con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ ya que el p valor es de **0.382**
- Se determinó que no existe relación significativa entre los aspectos tangibles con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ ya que el p valor es de **0.127**

## **5.2. Recomendaciones**

- En base a esta investigación recomendamos a la gerencia general de BOTICA FARMALUZ ser más incisivo en el tema administrativo de su empresa.
- El director técnico de BOTICA FARMALUZ deberían tener algunos cursos sobre clima organizacional ya que es importante para tener capacidad sobre manejo de grupo de la misma forma liderar el equipo de trabajo.
- El director técnico de la cadena de BOTICA FARMALUZ debería plantear alternativas de solución sobre el clima organizacional y calidad de atención.

- Recomendamos realizar otra investigación más profunda con el mismo objetivo, pero con mayor muestra e identificando a los clientes que suelen ir con frecuencia a la BOTICA FARMALUZ.
- Teniendo como referencia esta investigación se recomienda hacer otra investigación de enfoque cualitativo con dos muestras distintas uno los empleados y otra los usuarios ya que el empleado podrá dar su percepción sobre clima organizacional y los usuarios sobre calidad de atención de esa manera podremos tener resultados más específicos.
- La BOTICA FARMALUZ debe capacitar a sus técnicos sobre la importancia de una buena atención a los usuarios.
- Con el fin de mejorar el clima organizacional y calidad de atención recomendamos tener reuniones semanales entre todo el personal y oír su punto de vista de cada trabajador.
- Recomendamos implementar un periódico mural, donde pueda observarse informaciones de la importancia sobre buena atención a los usuarios.
- Recomendamos usar métodos prácticos para medir la calidad de atención como son los clientes incógnitos.
- Recomendamos hacer pequeñas encuestas al personal sobre la forma de administrar la BOTICA FARMALUZ.

## REFERENCIAS

1. Ramírez López R, Gonzáles Vásquez J, Terán Ayay NT, Palomino Alvarado G del P. Clima organizacional en el sector público Latinoamericano. *Cienc Latin Rev Cient Multidisc*. [Internet]. 2021 ene-feb 5;(1):1157-1170. Disponible en: [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i1.31](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.31)
2. Hibbert G. Employee Perceptions of Organizational Climate Factors in a Private School System. *Hum Behav, Develop and Soc*. [Internet]. 2020 Sep 21;(3):88-97. Available from: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/hbds/article/download/240538/165153>
3. Alexander -Daza C, Leonardo de Jesús B, Wendy Silva R. Análisis del clima organizacional en las empresas del sector palmero de la región Caribe colombiana [Internet] 2021 [consultado 2022 junio 06]; 29(1): 3. Disponible en: <file:///C:/Users/User24052022/Downloads/An%C3%A1lisis+del+clima+organizacional+en+las+empresas+del+sector+palmero+de+la+regi%C3%B3n+Caribe+colombiana.pdf>
4. Gallup Inc. Los empleados españoles admiten tener un compromiso laboral de los más bajos en Europa, aunque por encima de italianos y franceses [Internet]. CISION PR Newswire; 13 de junio de 2022 [citado 11 de junio de 2022]. Disponible en: <https://www.prnewswire.com/es/comunicados-de-prensa/los-empleados-espanoles-admiten-tener-un-compromiso-laboral-de-los-mas-bajos-en-europa-aunque-por-encima-de-italianos-y-franceses-894228910.htm>
5. Mandomedia. Solo el 55% de profesionales percibe buen clima laboral en un escenario de trabajo remoto [Internet]. s.f. [citado 12 de junio de 2022]. Disponible en: <https://mandomedia.com/peru/blog/clima-laboral-en-latinoamerica-estudio-mandomedia/#>

6. Ruiz Nizama JL, Agüero Corzo E del C, Guanilo Paredes CE. Clima organizacional y satisfacción laboral en una empresa industrial peruana. Rev Venez Geren. [Internet]. 2021 mayo 26;(5):663-677. Disponible en: <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e5.42>
7. Bautista L. La calidad en salud un concepto histórico vigente [Internet]. revistas. 2016 [citado 14 junio 2022]. Disponible en: <https://revistas.ufps.edu.co/index.php/cienciaycuidado/article/view/731/2169>
8. Sistema de gestión de la calidad en salud [Internet]. MINSA. 2007 [citado 16 junio 2022]. Disponible en: [http://bvs.minsa.gob.pe/local/dgsp/000\\_SGCALIDAD-1.pdf](http://bvs.minsa.gob.pe/local/dgsp/000_SGCALIDAD-1.pdf)
9. Bados D, Ladino K, Valderrama J, et al. Rol de los estudiantes de medicina en el avance de la salud pública en Latinoamérica [Internet]. revistas. 2018 [citado 18 junio 2022]. Disponible en: <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/med/article/view/17258>
10. García L, Graña J, Guerra R. “Guía Técnica para la Evaluación de la Satisfacción del Usuario Externo en los Establecimientos y Servicios Médicos de Apoyo” [Internet]. Bvs. minsa. 2012 [citado 15 junio 2022]. Disponible en: <http://bvs.minsa.gob.pe/local/minsa/2252.pdf>
11. Agudelo-Loaiza RD, Peña-López PA, Hoyos-Loaiza C, Jiménez-Montoya MA. Clima organizacional y percepción de la calidad en una institución de salud de la ciudad de Manizales (Colombia). Arch Med (Manizales) 2020; 20(2):397-409. <https://doi.org/10.30554/archmed.20.2.3473>
12. Parada I. Martínez E., Molina J. Clima Organizacional: estudio de caso en un Centro de Salud del primer nivel de atención Morelos México 2019. Insituito Nacional de Salud Pública, Cuernavaca Morelos, México. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-74592019000300347](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74592019000300347)

13. García E, León E. Satisfacción por tiempo de espera y surtido de recetas del Hospital del Niño en Tabasco. Horiz Sanit. 2018; 13(1): 148-155. Link: <http://revistas.ujat.mx/index.php/horizonte/article/view/57/831>
14. Santiago P, Peña P, Alguacil A, et al. Mejora de la dispensación a usuarios externos de un servicio de farmacia hospitalaria. J Healthcare Quality Res. 2018; 33(1): 23-32. Link: <https://www.elsevier.es/en-revista-journal-healthcare-quality-research-257-articulo-mejora-dispensacion-usuarios-externos-un-S1134282X18300022>
15. Zaldúa A. Factores que Influyen en la Satisfacción Laboral de los Trabajadores del Hospital Israel Quinteros Paredes del Cantón Paján Provincia De Manabí. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil Sistema de Posgrado Maestría en Gerencia en Servicios de la Salud. Disponible en: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9830/1/T-UCSG-POS-MGSS-113.pdf>
16. Huamán J, Lima (2017). Burga, S. E. y Condori, N. R. (2021). Determinar la influencia del clima organizacional en la percepción de la calidad de atención del personal de la Botica Mifarma en la atención Farmacéutica – Lima 2020-2021. Universidad Roosevelt. Perú. Disponible en: <https://repositorio.uroosevelt.edu.pe/bitstream/handle/ROOSEVELT/388/TESIS%20BURGA-CONDORI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
17. Uribe, M. (2018). El clima organizacional y su influencia en el compromiso organizacional en el banco de la Nación, agencia 2 Huaral, periodo 2017 (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Huacho, Perú. Disponible en: <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/1926/TFCE-04-04.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

18. Díaz E, Yampi T. Satisfacción De Los Clientes De Las Farmacias Mifarma Del Sector Angamos De Surquillo – Lima [Internet]. Perú; 2018 [citado 2020 noviembre 08]. Universidad Norbert Wiener 2017 <https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1654/TITULO%20%20%20Yampi%20Armuto%2c%20Toribia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
19. Pajuelo M. Ruelas L. Percepción del clima organizacional de los trabajadores en el Área De Farmacia – Hospital Nacional Docente Madre Niño San Bartolomé, marzo 2018. Tesis para optar el título de Químico Farmacéutico. Universidad Wiener. Disponible en: <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2868/TESIS%20Mary%20Pajuelo%20-%20Lilibeth%20Ruelas.pdf?sequence=1>
20. Condori, D. (2018). El clima organizacional y su influencia en la satisfacción laboral de los trabajadores de la Municipalidad del Distrito de Pocollay, región Tacna, año 2016. (Tesis de postgrado). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann - Tacna, Tacna Disponible en: [http://repositorio.unjbg.edu.pe/bitstream/handle/UNJBG/3485/165\\_2018\\_condori\\_catunta\\_dj\\_espg\\_maestria\\_gestion\\_empresarial.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unjbg.edu.pe/bitstream/handle/UNJBG/3485/165_2018_condori_catunta_dj_espg_maestria_gestion_empresarial.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
21. Palma, S. (2004). Escala Clima Laboral CL-SPC. (fecha de consulta 19 de junio del 2022). Disponible en: [https://www.academia.edu/7596386/ESCALA\\_CLIMA\\_LABORAL\\_CL\\_SPC\\_Manual\\_1\\_o\\_Edici%C3%B3n](https://www.academia.edu/7596386/ESCALA_CLIMA_LABORAL_CL_SPC_Manual_1_o_Edici%C3%B3n)
22. Chiavenato. (2009). Administración de recursos humanos (9º ed. ed.). México: Mc Graw Hill. (fecha de consulta 20 de junio del 2022). Disponible en:

[https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion\\_de\\_recursos\\_humanos\\_-\\_chiavenato.pdf](https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion_de_recursos_humanos_-_chiavenato.pdf)

23. Brunet, L. (2011). El Clima de Trabajo en las Organizaciones. (fecha de consulta 20 de junio del 2022). URL. disponible, en:[http://www.bibliopsi.org/docs/carreras/obligatorias/CFP/trabajo/filippi/Practicos%20Trabajo%20Filippi%20\(1\)/Brunet%20-%20El%20clima%20de%20trabajo%20en%20las%20organizaciones.%20Caps%201,%202%20y%204..pdf](http://www.bibliopsi.org/docs/carreras/obligatorias/CFP/trabajo/filippi/Practicos%20Trabajo%20Filippi%20(1)/Brunet%20-%20El%20clima%20de%20trabajo%20en%20las%20organizaciones.%20Caps%201,%202%20y%204..pdf)
24. Brunet, L. (1987). El clima de trabajo en las organizaciones. México: Trillas. (fecha de consulta 21 de junio del 2022). URL. disponible, en:<https://es.scribd.com/doc/244913524/El-Clima-de-Trabajo-en-Las-Organizaciones>
25. Silvestre, Emmanuel (2017) Construcción y validación empírica de una escala de clima organizacional universitario, Revista Interamericana, V 51 (44-59) (fecha de consulta 21 de junio del 2022). URL. disponible, en:  
<https://www.redalyc.org/pdf/284/28452860005.pdf>
26. Noboa A, “Especificidades del clima organizacional en las instituciones de salud” (fecha de consulta 21 de junio del 2022). URL. disponible, en:  
<http://www.unorte.edu.uy/sites/default/files/Clima%20organizacional%20en%20las%20instituciones%20de%20salud.pdf>
27. Kotler P.; y Keller K. (2006). Dirección de Marketing. 12<sup>a</sup> Edición. Pearson Educación, S.A. México. Disponible en:  
[https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=CoHT8SmJVDQC&oi=fnd&pg=PP33&dq=Kotler+P.+y+Keller+K.+\(2006\).+Direcci%C3%B3n+de+Marketing.+12+%C2](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=CoHT8SmJVDQC&oi=fnd&pg=PP33&dq=Kotler+P.+y+Keller+K.+(2006).+Direcci%C3%B3n+de+Marketing.+12+%C2)

[%AA+Edici%C3%B3n.+Pearson+Educaci%C3%B3n,&ots=16wNTswNXm&sig=noqYHnmzcWqKvQHyYZOqaQlFW5c#v=onepage&q&f=false](#)

28. Grande I. (2000). Marketing de los Servicios. Tercera Edición. ESIC Editorial. España. Disponible en: <https://www.amazon.com/-/es/Ildefonso-GrandeEsteban/dp/8473563972?asin=B00PUDZKLG&revisionId=c5c5bf2e&format=1&depth=1>
29. Anlas J, Daniel.; Villalta V, Diana. Satisfacción del Cliente en la atención del servicio de farmacia ambulatoria de la clínica internacional sede san Borja 2013.Universidad Norbert Wiener – facultad de Farmacia y bioquímica. 2013.
30. Roldan L.; Balbuena L. Calidad de servicio y lealtad de compra del consumidor en supermercados limeños, enero 2010, Pontificia Universidad Católica del Perú. (fecha de consulta 23 de junio del 2022). URL. disponible, en: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1676>
31. Begazo J. ¿Cómo medimos el servicio? Revista de investigación de la facultad de Ciencias Administrativas Universidad Nacional Mayor de San Marcos 2006; 9(18): 70-81. Disponible en: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/9227/8051>
32. Larrea P. Calidad de servicio: del marketing a la estrategia. 1ª ed. Madrid: Díaz de Santos. S. A; 1991.Disponible en: <https://books.google.com.pe/books?id=-hJVcH5nSp0C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
33. Grande I. (2000). Marketing de los Servicios. Tercera Edición. ESIC Editorial. España. Disponible en:<https://books.google.com.ec/books?id=qTBg->

oZ6WcYC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\_ge\_summary\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

34. Gómez A, Ramírez L, Lahera M, (2017), La atención farmacéutica: componente de calidad necesario para los servicios de salud asistencial [en línea]. 2018 [fecha de consulto 26 de junio de 2022]; disponible en: <http://www.revmultimed.sld.cu/index.php/mtm/article/view/587/939>
35. Garza E. M. Badii H. Abreu J. L. (2008). Mejoramiento de la calidad de servicios Mediante el Modelo de las Discrepancias entre las Expectativas de los Clientes y las Percepciones de la empresa. International Journal of Good Concience. [en línea]. 2008. [fecha de consulto 26 de junio de 2022]; N° 3.URL disponible en: [http://www.spentamexico.org/v3-n1/3\(1\)%201-64.pdf](http://www.spentamexico.org/v3-n1/3(1)%201-64.pdf).
36. Flores P. (2018) Conceptualización del término calidad asistencial y, estudio- análisis de las dimensiones y políticas en calidad de la atención de salud asistencial [en línea]. 2018 [fecha de consulto 26 de junio de 2022]; disponible en: <https://repositorio.udd.cl/bitstream/handle/11447/2881/Conceptualizaci%C3%B3n%20del%20t%C3%A9rmino%20calidad%20asistencial%20y%20estudio-an%C3%A1lisis%20de%20las%20dimensiones%20y%20pol%C3%ADticas%20en%20calidad%20de%20la%20atenci%C3%B3n%20de%20salud.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
37. Roshani k. Análisis Correlacional [Internet]. Elsevier. 2012 [citado 27 octubre 2022]. Disponible en: <file:///C:/Users/User24052022/Downloads/1-s2.0-S1036731412000410-main.pdf>

38. Monterola C, Otzen T. Los sesgos en investigación clínica [Internet]. revistas.2015[citado 29 octubre 2022]. Disponible en: [file:///C:/Users/User24052022/Downloads/art56%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User24052022/Downloads/art56%20(2).pdf)
39. Torres M, Calidad de atención de enfermería y satisfacción del paciente que acude al servicio de hospitalización de la clínica san José, cusco – 2021. [Citado 30 octubre 2022] Universidad Autónoma de Ica - Facultad de ciencias de la salud-2021.
40. Pedraza I, Estrategia de clima organizacional en salud para mejorar la calidad de atención de los usuarios del centro de salud Olmos– 2020. [Citado 31 octubre 2022] Universidad señor de Sipán - Ciencias de la vida y cuidado de la salud humana -2020.

## **ANEXOS**

**Anexo 1. matriz de consistencia.**

**Título de la investigación:** “Percepción del clima organizacional y calidad de atención de los usuarios de la BOTICA FARMALUZ Rimac-2022”.

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Diseño metodológico
<p><b>Problema general</b> ¿Qué relación existe entre el clima organizacional y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ durante el mes de agosto a noviembre del año 2022?</p> <p><b>Problema específico</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>¿Qué relación existe entre la comunicación y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ?</li> <li>¿Qué relación existe entre el confort y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ?</li> <li>¿Qué relación existe entre el liderazgo y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ?</li> <li>¿Qué relación existe entre la estructura y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ?</li> <li>¿Qué relación existe entre la remuneración y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ?</li> </ol>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar qué relación existe entre el clima organizacional y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ durante el mes de agosto a noviembre del año 2022.</p> <p><b>Objetivo específico</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Determinar si existe relación entre la comunicación y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ</li> <li>Determinar si existe relación entre el confort y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ</li> <li>Determinar si existe relación entre el liderazgo y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ</li> <li>Determinar si existe relación entre la estructura y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ</li> <li>Determinar si existe relación entre la remuneración y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ</li> </ol>	<p><b>Hipótesis general</b> relación directa entre el clima organizacional y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ durante el mes de agosto a noviembre del año 2022.</p> <p><b>Hipótesis específico</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Existe relación directa entre la comunicación y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ</li> <li>Existe relación directa entre el confort y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ</li> <li>Existe relación directa entre el liderazgo y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ</li> <li>Existe relación directa entre la estructura y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ</li> <li>Existe relación directa entre la remuneración y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ</li> </ol>	<p><b>Variable 1:</b> clima organizacional</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>D1 comunicación</li> <li>D2 confort</li> <li>D3 estructura</li> <li>D4 liderazgo</li> <li>D5 remuneración</li> </ul> <p><b>Variable 2:</b> calidad de atención</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>D1 confiabilidad</li> <li>D2 capacidad de respuesta</li> <li>D3 seguridad</li> <li>D4 seguridad</li> </ul>	<p><b>Tipo de investigación</b> Correlacional</p> <p><b>Método y diseño de la investigación</b> Deductivo Diseño no experimental</p> <p><b>Población y muestra</b> La población está conformada por 100 usuarios de la BOTICA FARMALUZ Rímac, Muestra está representada por 80 usuarios de la BOTICA FARMALUZ Rímac.</p>

<p>FARMALUZ?</p> <p>6. ¿Qué relación existe entre la confiabilidad con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ?</p> <p>7. ¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ?</p> <p>8. ¿Qué relación existe entre la seguridad con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ?</p> <p>9. ¿Qué relación existe entre la empatía con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ?</p> <p>10. ¿Qué relación existe entre los aspectos tangibles con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ?</p>	<p>FARMALUZ</p> <p>6. Determinar si existe relación entre la confiabilidad con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ</p> <p>7. Determinar si existe relación entre la capacidad de respuesta con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ</p> <p>8. Determinar si existe relación entre la seguridad con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ</p> <p>9. Determinar si existe relación entre la empatía con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ</p> <p>10. Determinar si existe relación entre los aspectos tangibles con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ</p>	<p>remuneración y la calidad de atención de los usuarios de BOTICA FARMALUZ</p> <p>6. Existe relación directa entre la confiabilidad con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ</p> <p>7. Existe relación directa entre la capacidad de respuesta con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ</p> <p>8. Existe relación directa entre la seguridad con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ</p> <p>9. Existe relación directa entre la empatía con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ</p> <p>10. Existe relación directa entre los aspectos tangibles con el clima organizacional en BOTICA FARMALUZ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• D5 aspectos</li> </ul>	
--	---	---	---	--

## Anexo 2: Matriz de Operacionalización de variables

### Variable 1: Clima organizacional

**Definición Operacional:** La operacionalización se desarrolla considerando las dimensiones: Comunicación, confort, Estructura, remuneración, liderazgo, con sus respectivos indicadores utilizando escala de medición ordinal y valorativa donde 7 es la calificación más alta y 1 como la más baja.

Matriz Operacional de la variable 1.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ESCALA VALORATIVA
Variable 1: Clima organizacional	El sistema de una organización produce un cierto clima basado en cómo el individuo percibe su trabajo, desempeño, productividad y satisfacción.	La operacionalización se desarrolla considerando las dimensiones: Comunicación, confort, Estructura, remuneración, liderazgo, con sus respectivos indicadores utilizando escala de medición ordinal y valorativa donde 7 es la calificación más alta y 1 como la más baja.	• Comunicación	• Comunicación oral	• Ordinal	• Escala numérica donde 7 es la calificación más alta y 1 como la más baja
				• Escrita		
				• No verbal		
			• Confort	• Ambiente limpio		
				• Ambiente desinfectado		
				• Agradable		
			• Estructura	• Cantidad de reglas		
				• Procedimientos		
				• Documentación		
			• Remuneración	• Incentivos		
				• Dinero efectivo		
				• Beca		
			• Liderazgo	• Influencia del jefe		
				• Valores		
				• Normas		

**Variable 2:****Calidad de atención**

**Definición Operacional:** La operacionalización se desarrolla considerando las dimensiones: Confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, aspectos tangibles, con sus respectivos indicadores utilizando escala de medición ordinal y valorativa donde 7 es la calificación más alta y 1 como la más baja.

Matriz Operacional de la variable 2.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ESCALA VALORATIVA
<b>Variable 2: Calidad de atención</b>	Los resultados de salud aumentan para las personas y las poblaciones en función de las prácticas basadas en la evidencia. Esto es esencial para llevar la cobertura sanitaria universal a una población.	La operacionalización se desarrolla considerando las dimensiones: Confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, aspectos tangibles, con sus respectivos indicadores utilizando escala de medición ordinal y valorativa donde 7 es la calificación más alta y 1 como la más baja.	• Confiabilidad	• Certeza	• Ordinal	Escala numérica donde 7 es la calificación más alta y 1 como la más baja.
				• Habilidad		
				• Claridad		
			• Capacidad de respuesta	• Prontitud		
				• Orden de llegada		
				• Proactividad		
			• Seguridad	• Conocimiento		
				• Eficacia		
				• Seguridad		
			• Empatía	• Pronta recuperación		
				• Serenidad		
				• Amable		
				• Comprensión		
• Aspectos tangibles	• Estructura					
	• Mesón					
	• Señalización					

### Anexo 3. Instrumento.

**Título de la investigación:** “Percepción del clima organizacional y calidad de atención de los usuarios de la BOTICA FARMALUZ Rimac-2022”.

ENCUESTA SOBRE CALIDAD DE ATENCION EN LA BOTICA FARMALUZ								
usted puede marcar el cuadro que más represente su convicción sobre la calidad de atención en la BOTICA FARMALUZ								
SEXO (F) (M)								
EDAD .....								
1 (total desacuerdo)	2 (en desacuerdo)	3 (relativamente en desacuerdo)	4 (neutro)	5 (relativamente de acuerdo)	6 (de acuerdo)	7 (totalmente de acuerdo)		
NRO	AFIRMACIONES	1	2	3	4	5	6	7
1	La certeza está relacionada con la calidad de atención según la percepción.							
2	La habilidad forma parte de la calidad de atención desarrollado por los trabajadores.							
3	La claridad genera confianza en los usuarios y es parte de la calidad de atención según la percepción.							
4	La atención con prontitud favorece a la empresa y los usuarios.							
5	El respeto al orden de llegada mejora las relaciones de usuarios y trabajadores y forma parte de la calidad de atención.							
6	La proactividad, es bondad propia del personal puede ser influenciado por lo jefes.							
7	Los conocimientos son adquiridos a través de los años de experiencia de los trabajadores y forman parte de la calidad de atención.							
8	La eficacia de los medicamentos repercute en la salud de los usuarios y es parte de la calidad de atención.							
9	La seguridad de contar con una botica confiable forma parte de la responsabilidad de las autoridades del estado.							
10	La pronta recuperación de los malestares de los usuarios es objetivo de la botica Farmaluz.							
11	Las consultas de los usuarios de la botica Farmaluz son personales por ende el trabajador mantiene serenidad.							
12	La comprensión debe ser una virtud del personal debido a la relación con pacientes en algunos casos enfermos.							
13	Está de acuerdo con el trato amable del técnico en farmacia al finalizar la atención.							
14	La estructura de la botica permite la correcta atención de los usuarios.							
15	El mesón de publicidad es cambiado a la semana con fines informativos.							

### ENCUESTA SOBRE CLIMA ORGNIZACIONAL EN LA BOTICA FARMALUZ

usted puede marcar el cuadro que más represente su convicción sobre el clima organizacional en la BOTICA FARMALUZ.

1 (total desacuerdo)	2 (en desacuerdo)	3 (relativamente en desacuerdo)	4 (neutro)	5 (relativamente de acuerdo)	6 (de acuerdo)	7 (totalmente de acuerdo)
----------------------	-------------------	---------------------------------	------------	------------------------------	----------------	---------------------------

NRO	AFIRMACIONES	1	2	3	4	5	6	7
1	La comunicación oral del personal de BOTICA FARMALUZ es entendible.							
2	Existe señalizaciones no verbales que faciliten su compra en la BOTICAFARMALUZ.							
3	En caso de adultos mayores la explicación escrita es frecuente en la BOTICA FARMALUZ, aprueba dicho método.							
4	Es notorio el ambiente limpio de la BOTICA FARMALUZ.							
5	Encuentra geles desinfectantes para el público en la BOTICA FARMALUZ.							
6	Es agradable el trato a los clientes en la BOTICA FARMALUZ.							
7	Cuando ingreso a la BOTICA FARMALUZ noté algún procedimiento paramejorar la atención al usuario							
8	Notó algunos documentos pegados en la pared pertenecientes a la BOTICA FARMALUZ.							
9	Al ingresar a la botica FARMALUZ oyó el saludo del personal							
10	Nota la uniformidad en la vestimenta del personal de la BOTICA FARMALUZ							
11	Está de acuerdo con la presentación del personal de BOTICA FARMALUZ							
12	Percibe en respeto mutuo del personal de la BOTICA FARMALUZ							
13	La empresa brinda becas de estudio a los trabajadores para mejorar la atención al público, ¿aprueba dicho acto?							
14	Posterior a la atención el personal le ofreció algún producto adicional para complementar su compra.							
15	A los mejores trabajadores de la BOTICA FARMALUZ se les brinda incentivoseconómicos, ¿Cómo califica esa actividad?							

#### Anexo 4. Validación del instrumento.

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:** “Percepción del clima organizacional y calidad de atención de los usuarios de la BOTICA FARMALUZ Rimac-2022”.

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>VARIABLE 1: CLIMA ORGANIZACIONAL</b>							
	<b>DIMENSIÓN 1: COMUNICACIÓN</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
1	La comunicación oral del personal de BOTICA FARMALUZ es entendible.	X		X		X		
2	Existen señalizaciones no verbales que faciliten su compra en la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
3	En caso de adultos mayores la explicación escrita es frecuente en la BOTICA FARMALUZ, aprueba dicho método.	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 2: CONFORT</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
4	Es notorio el ambiente limpio de la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
5	Encuentra geles desinfectantes para el público en la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
6	Es agradable el trato a los clientes en la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 3: ESTRUCTURA</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
7	Cuando ingreso a la BOTICA FARMALUZ noté algún procedimiento para mejorar la atención al usuario.	X		X		X		
8	Notó algunos documentos pegados en la pared pertenecientes a la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
9	Al ingresar a la BOTICA FARMALUZ escuché el saludo del personal.	X		X		X		

<b>DIMENSIÓN 4: LIDERAZGO</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
10	Nota la uniformidad en la vestimenta del personal de la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
11	Está de acuerdo con la presentación del personal de BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
12	Percibe un respeto mutuo del personal de la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 5: REMUNERACIÓN</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
13	La empresa brinda becas de estudio a los trabajadores para mejorar la atención al público, ¿aprueba dicho acto?	X		X		X		
14	Posterior a la atención el personal le ofreció algún producto adicional para complementar su compra.	X		X		X		
15	A los mejores trabajadores de la BOTICA FARMALUZ se les brinda incentivos económicos, ¿Cómo califica esa actividad? .	X		X		X		
<b>VARIABLE 2: CALIDAD DE ATENCIÓN</b>								
<b>DIMENSIÓN 1: CONFIABILIDAD</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
16	La certeza está relacionada con la calidad de atención según la percepción.	X		X		X		
17	La habilidad forma parte de la calidad de atención desarrollado por los trabajadores.	X		X		X		
18	La claridad genera confianza en los usuarios y es parte de la calidad de atención según la percepción.	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 2: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>		<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
19	La atención con prontitud favorece a la empresa y los usuarios.	X		X		X		
20	El respeto al orden de llegada mejora las relaciones de usuarios y trabajadores y forma parte de la calidad de atención.	X		X		X		
21	La proactividad, es bondad propia del personal puede ser influenciado por lo jefes.	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 3: SEGURIDAD</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	

22	Los conocimientos son adquiridos a través de los años de experiencia de los trabajadores y forman parte de la calidad de atención.	X		X		X	
23	La eficacia de los medicamentos repercute en la salud de los usuarios y es parte de la calidad de atención.	X		X		X	
24	La seguridad de contar con una botica confiable forma parte de la responsabilidad de las autoridades del estado.	X		X		X	
<b>DIMENSIÓN 4: EMPATIA</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
25	La pronta recuperación de los malestares de los usuarios es objetivo de la botica Farmaluz.	X		X		X	
26	Las consultas de los usuarios de la botica Farmaluz son personales por ende el trabajador mantiene serenidad.	X		X		X	
27	La comprensión debe ser una virtud del personal debido a la relación con pacientes en algunos casos enfermos.	X		X		X	
<b>DIMENSIÓN 5: ASPECTOS TANGIBLES</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
28	La estructura de la botica permite la correcta atención de los usuarios.	X		X		X	
29	El mesón de publicidad es cambiado a la semana con fines informativos.	X		X		X	
30	Las señalizaciones de la botica orientan a la facilitan el proceso de atención.	X		X		X	

**Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si existe suficiencia.**

**Opinión de aplicabilidad:**  Aplicable  Aplicable después de corregir [ ]

No aplicable [ ]

**Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: CIQUERO CRUZADO MELIDA MERCEDES.**

**DNI: 10062499**

**Especialidad del validador: Doctora en Gestión Pública y Gobernabilidad / Maestra en Gestión de los Servicios de la Salud.**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**Lima, 26 de Setiembre de 2022**



-----  
**Firma del Experto Informante**

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:** “Percepción del clima organizacional y calidad de atención de los usuarios de la BOTICA FARMALUZ Rimac-2022”.

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>VARIABLE 1: CLIMA ORGANIZACIONAL</b>							
	<b>DIMENSIÓN 1: COMUNICACIÓN</b>							
1	La comunicación oral del personal de BOTICA FARMALUZ es entendible.	X		X		X		
2	Existe señalizaciones no verbales que faciliten su compra en la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
3	En caso de adultos mayores la explicación escrita es frecuente en la BOTICA FARMALUZ, aprueba dicho método.	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 2: CONFORT</b>							
4	Es notorio el ambiente limpio de la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
5	Encuentra geles desinfectantes para el público en la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
6	Es agradable el trato a los clientes en la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 3: ESTRUCTURA</b>							
7	Cuando ingreso a la BOTICA FARMALUZ notó algún procedimiento para mejorar la atención al usuario.	X		X		X		
8	Notó algunos documentos pegados en la pared pertenecientes a la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
9	Al ingresar a la BOTICA FARMALUZ escucho el saludo del personal.	X		X		X		

<b>DIMENSIÓN 4: LIDERAZGO</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
10	Nota la uniformidad en la vestimenta del personal de la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
11	Está de acuerdo con la presentación del personal de BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
12	Percibe un respeto mutuo del personal de la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 5: REMUNERACIÓN</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
13	La empresa brinda becas de estudio a los trabajadores para mejorar la atención al público, ¿aprueba dicho acto?	X		X		X		
14	Posterior a la atención el personal le ofreció algún producto adicional para complementar su compra.	X		X		X		
15	A los mejores trabajadores de la BOTICA FARMALUZ se les brinda incentivos económicos, ¿Cómo califica esa actividad? .	X		X		X		
<b>VARIABLE 2: CALIDAD DE ATENCIÓN</b>								
<b>DIMENSIÓN 1: CONFIABILIDAD</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
16	La certeza está relacionada con la calidad de atención según la percepción.	X		X		X		
17	La habilidad forma parte de la calidad de atención desarrollado por los trabajadores.	X		X		X		
18	La claridad genera confianza en los usuarios y es parte de la calidad de atención según la percepción.	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 2: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>		<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
19	La atención con prontitud favorece a la empresa y los usuarios.	X		X		X		
20	El respeto al orden de llegada mejora las relaciones de usuarios y trabajadores y forma parte de la calidad de atención.	X		X		X		
21	La proactividad, es bondad propia del personal puede ser influenciado por lo jefes.	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 3: SEGURIDAD</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	

22	Los conocimientos son adquiridos a través de los años de experiencia de los trabajadores y forman parte de la calidad de atención.	X		X		X	
23	La eficacia de los medicamentos repercute en la salud de los usuarios y es parte de la calidad de atención.	X		X		X	
24	La seguridad de contar con una botica confiable forma parte de la responsabilidad de las autoridades del estado.	X		X		X	
	<b>DIMENSIÓN 4: EMPATIA</b>	Si	No	Si	No	Si	No
25	La pronta recuperación de los malestares de los usuarios es objetivo de la botica Farmaluz.	X		X		X	
26	Las consultas de los usuarios de la botica Farmaluz son personales por ende el trabajador mantiene serenidad.	X		X		X	
27	La comprensión debe ser una virtud del personal debido a la relación con pacientes en algunos casos enfermos.	X		X		X	
	<b>DIMENSIÓN 5: ASPECTOS TANGIBLES</b>	Si	No	Si	No	Si	No
28	La estructura de la botica permite la correcta atención de los usuarios.	X		X		X	
29	El mesón de publicidad es cambiado a la semana con fines informativos.	X		X		X	
30	Las señalizaciones de la botica orientan a la facilitan el proceso de atención.	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable [  ]   Aplicable después de corregir [  ]   No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr: ...Marquez Caro Orlando Juan.....

DNI:.....09075930.....

Especialidad del validador: **Metodólogo...**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente de dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

...27.....de...setiembre.....de 2022.....

Activar Windows  
Ve a Configuración para activar Windows



Firma del Experto Informante

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:** “Percepción del clima organizacional y calidad de atención de los usuarios de la BOTICA FARMALUZ Rimac-2022”.

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>VARIABLE 1: CLIMA ORGANIZACIONAL</b>							
	<b>DIMENSIÓN 1: COMUNICACIÓN</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
1	La comunicación oral del personal de BOTICA FARMALUZ es entendible.	X		X		X		
2	Existe señalizaciones no verbales que faciliten su compra en la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
3	En caso de adultos mayores la explicación escrita es frecuente en la BOTICA FARMALUZ, aprueba dicho método.	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 2: CONFORT</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
4	Es notorio el ambiente limpio de la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
5	Encuentra geles desinfectantes para el público en la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
6	Es agradable el trato a los clientes en la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 3: ESTRUCTURA</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
7	Cuando ingreso a la BOTICA FARMALUZ notó algún procedimiento para mejorar la atención al usuario.	X		X		X		
8	Notó algunos documentos pegados en la pared pertenecientes a la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X		
9	Al ingresar a la BOTICA FARMALUZ escucho el saludo del personal.	X		X		X		

<b>DIMENSIÓN 4: LIDERAZGO</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
<b>10</b>	Nota la uniformidad en la vestimenta del personal de la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X	
<b>11</b>	Está de acuerdo con la presentación del personal de BOTICA FARMALUZ.	X		X		X	
<b>12</b>	Percibe un respeto mutuo del personal de la BOTICA FARMALUZ.	X		X		X	
<b>DIMENSIÓN 5: REMUNERACIÓN</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
<b>13</b>	La empresa brinda becas de estudio a los trabajadores para mejorar la atención al público, ¿aprueba dicho acto?	X		X		X	
<b>14</b>	Posterior a la atención el personal le ofreció algún producto adicional para complementar su compra.	X		X		X	
<b>15</b>	A los mejores trabajadores de la BOTICA FARMALUZ se les brinda incentivos económicos, ¿Cómo califica esa actividad? .	X		X		X	
<b>VARIABLE 2: CALIDAD DE ATENCIÓN</b>							
<b>DIMENSIÓN 1: CONFIABILIDAD</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
<b>16</b>	La certeza está relacionada con la calidad de atención según la percepción.	X		X		X	
<b>17</b>	La habilidad forma parte de la calidad de atención desarrollado por los trabajadores.	X		X		X	
<b>18</b>	La claridad genera confianza en los usuarios y es parte de la calidad de atención según la percepción.	X		X		X	
<b>DIMENSIÓN 2: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>		<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>19</b>	La atención con prontitud favorece a la empresa y los usuarios.	X		X		X	
<b>20</b>	El respeto al orden de llegada mejora las relaciones de usuarios y trabajadores y forma parte de la calidad de atención.	X		X		X	
<b>21</b>	La proactividad, es bondad propia del personal puede ser influenciado por lo jefes.	X		X		X	
<b>DIMENSIÓN 3: SEGURIDAD</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>

22	Los conocimientos son adquiridos a través de los años de experiencia de los trabajadores y forman parte de la calidad de atención.	X		X		X	
23	La eficacia de los medicamentos repercute en la salud de los usuarios y es parte de la calidad de atención.	X		X		X	
24	La seguridad de contar con una botica confiable forma parte de la responsabilidad de las autoridades del estado.	X		X		X	
	<b>DIMENSIÓN 4: EMPATIA</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
25	La pronta recuperación de los malestares de los usuarios es objetivo de la botica Farmaluz.	X		X		X	
26	Las consultas de los usuarios de la botica Farmaluz son personales por ende el trabajador mantiene serenidad.	X		X		X	
27	La comprensión debe ser una virtud del personal debido a la relación con pacientes en algunos casos enfermos.	X		X		X	
	<b>DIMENSIÓN 5: ASPECTOS TANGIBLES</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
28	La estructura de la botica permite la correcta atención de los usuarios.	X		X		X	
29	El mesón de publicidad es cambiado a la semana con fines informativos.	X		X		X	
30	Las señalizaciones de la botica orientan a la facilitan el proceso de atención.	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable [X ]       Aplicable después de corregir [ ]       No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. TASAYCO YATACO NESQUEN JOSÉ

DNI: 21873096

Especialidad del validador: DOCTOR EN SALUD

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Activar Windows  
Ve a Configuración para activar Win



Firma del Experto Informante

30 de setiembre de 2022

## Anexo 5. Confiabilidad de instrumento.

### EVALUACIÓN DE LA CONFIABILIDAD – CONSISTENCIA INTERNA

De la evaluación de la confiabilidad se observa que el valor de Alfa de Cronbach (0.792) y de Omega de McDonald (0.829) para la evaluación general del cuestionario de clima laboral supera el 0.60, por lo que se identifica que existió una buena consistencia interna (>0.60). De manera específica se encontró que la consistencia fue buena (>0.60) para la dimensión de confort.

<b>CUESTIONARIO DE CLIMA LABORAL</b>	<b>Valor de Alfa de Cronbach</b>
General	0.792
Dimensión 1: Comunicación	0.561
Dimensión 2: Confort	0.747
Dimensión 3: Estructura	0.665
Dimensión 4: Liderazgo	0.248
Dimensión 5: Remuneración	0.419

De la evaluación de la confiabilidad se observa que el valor de Alfa de Cronbach (0.604) y de Omega de McDonald (0.657) para la evaluación general del cuestionario de calidad de atención supera el 0.60, por lo que se identifica que existió una buena consistencia interna (>0.60). De manera específica se encontró que la consistencia de todas las dimensiones era entre baja y moderada.

<b>CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN</b>	<b>Valor de Alfa de Cronbach</b>
General	0.604
Dimensión 1: Confiabilidad	0.386
Dimensión 2: Capacidad De Respuesta	0.390
Dimensión 3: Seguridad	0.244
Dimensión 4: Empatía	0.536
Dimensión 5: Aspectos Tangibles	0.458

### **Anexo 6. Modelo de Consentimiento informado.**

El consentimiento informado está dirigido a los usuarios de la BOTICA FARMALUZ ubicado en Jr. Barreda y Aguilar nro. 231 Urb. ciudad y campo distrito del Rímac, dichos usuarios serán abordados y consultados posterior a la atención Farmacéutica donde indicaran si desean o no participar de la encuesta.

Por medio del presente documento hago constar que acepto voluntariamente y conscientemente de participar de la investigación titulada “PERCEPCIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DE ATENCIÓN DE LOS USUSARIOS DE LA BOTICA FARMALUZ RIMAC-2022” realizado por los bachilleres HURTADO ASTORAYME YEVINA LESLY - ALEMAO ALDO TELLO MANRIQUE se me ha explicado que el propósito de este estudio es determinar la relación clima organizacional y calidad de atención. El procedimiento constará en llenar la encuesta que no demora más de 10 minutos.

**APELLIDOS Y NOMBRES: - - -**

**DNI: - - - - -**

**FIRMA: - - - - -**

## Anexo 7. Resolución del comité de ética de la escuela



Universidad  
Norbert Wiener

### RESOLUCIÓN N° 262-2022-DFFB/UPNW

Lima, 08 de septiembre de 2022

#### **VISTO:**

El Acta N° 238 donde la Unidad Revisora de Asuntos Éticos de la FFYB aprueba la no necesidad de ser evaluado el proyecto por el Comité de Ética de la Universidad que presenta el/la tesista HURTADO ASTORAYME, YEVINA LESLY y TELLO MANRIQUE, ALEMAO ALDO egresado (a) de la Facultad de Farmacia y Bioquímica.

#### **CONSIDERANDO:**

Que es necesario proseguir con la ejecución del proyecto de tesis, presentado a la facultad de farmacia y bioquímica.

En uso de sus atribuciones, el decano de la facultad de farmacia y bioquímica;

#### **RESUELVE:**

ARTÍCULO ÚNICO: Aprobar el proyecto de tesis titulado "PERCEPCIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DE ATENCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA BOTICA FARMALUZ RIMAC-2022" presentado por el/la tesista HURTADO ASTORAYME, YEVINA LESLY y TELLO MANRIQUE, ALEMAO ALDO autorizándose su ejecución.

Regístrese, comuníquese y archívese.

Dr. Rubén Eduardo Cueva Mestanza  
Decano (e) de la Facultad de Farmacia y Bioquímica

## Anexo 8. Carta de presentación a la institución.



Lima, 7 de julio de 2022

Narces Díaz García  
Representante legal de botica FARMALUZ  
PRESENTE. –

De mi mayor consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a Usted para saludarlo en nombre propio y de la Facultad de Farmacia y Bioquímica de la Universidad Privada Norbert Wiener, a quien represento en calidad de Decano (e).

Mediante la presente le solicito vuestra autorización para que el/los siguientes bachilleres de la Facultad de Farmacia y Bioquímica de nuestra casa de estudios:

Alumno (a)	Código de alumno
HURTADO ASTORAYME, YEVINA LESLY	2022801529
TELLO MANRIQUE, ALEMAO ALDO	2022801590

realice la recolección de datos del proyecto de Tesis titulado: "Percepción del clima organizacional y calidad de atención de los usuarios de la botica farmaluz Rímac- 2022".

Sin otro particular, hago propicia la ocasión para expresar mi consideración y estima personal.

Atentamente,

Decano (e) de la Facultad de Farmacia y Bioquímica

**Anexo 9. Carta de aceptación de institución.**

INVERSIONES FARMACÉUTICAS DIAZ S.A.C  
(BOTICA FARMALUZ)

DECANO(A): DE LA FACULTAD DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA DE LA UNIVERSIDAD NORBERT WIENER

Le hago llegar mis saludos cordiales, en respuesta a la solicitud presentada el 7 de julio del 2022 autorizo la recolección de datos en nuestro establecimiento farmacéutico para llevar a cabo la tesis de los bachilleres.

HURTADO ASTORAYME YEVINA LESLY, TELLO MANRIQUE ALEMAO ALDO

atte. NARCES DIAZ GARCIA (representante legal de botica FARMALUZ)

FLORES AGUILAR ADLER RONALD (Gerente general de botica FARMALUZ)

Firma:

  
DNI: 10111095

**BOTICA BOTICAS FARMALUZ**  
RUC: 20606082917  
JR. BARREDA Y AGUILAR N° 231  
URB. CIUDAD Y CAMPO - RIMAC

  
Ronald Adler Flores A.  
DNI: 08159524

JR BARREDA Y AGUILAR N° 231 URB CIUDAD Y CAMPO – RIMAC – LIMA

## Anexo 10. Carta de aceptación de asesor.

 <b>Universidad Norbert Wiener</b>	<b>CONFORMIDAD DEL PROYECTO POR EL ASESOR</b>		
	CÓDIGO: UPNW-GRA-FOR-012	VERSIÓN: 02 REVISIÓN: 02	FECHA: 13/05/2020

Lima, 06 de agosto de 2022

### Doctor Rubén Cueva Mestanza

Director(a) de la EAP de Farmacia y Bioquímica  
 Universidad Privada Norbert Wiener  
 Presente. -

De mi mayor consideración:

Es grato saludarle e informarle que luego de revisar el Proyecto: **“PERCEPCIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DE ATENCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA BOTICA FARMALUZ RIMAC-2022”**

presentado por los bachilleres:

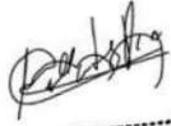
HURTADO ASTORAYME, YEVINA LESLY  
 TELLO MANRIQUE, ALEMAO ALDO

Manifiesto mi conformidad ya que cumple con todos los requisitos académicos solicitados por la Universidad Privada Norbert Wiener, el mismo que cumple con la originalidad establecida en el artículo 12.3 del Reglamento del Registro Nacional de Trabajo de Investigación para optar Grados Académicos y Títulos Profesionales - RENATI.

Asimismo, el proyecto de Tesis será desarrollado y ejecutado en el plazo de 6 meses, para la obtención del Grado y Título Profesional de Farmacia y Bioquímica.

Del mismo modo, manifiesto a Ud. mi aceptación de participar como ASESOR(A) de la referida Tesis.

Atentamente,



*Adela Marlene Collantes Llacza*  
 QUÍMICO FARMACÉUTICO  
 C. O. F. P. 17146

COLLANTES LLACZA, ADELA MARLENE  
 (Firma)

	<b>INFORME DEL ASESOR</b>		
	CÓDIGO: UPNW-GRA-FOR-014	VERSION: 02	FECHA: 13/05/2020
		REVISIÓN: 02	

Lima, 06 de agosto de 2022.

**Doctor Rubén Cueva Mestanza**

Director(a) de la EAP de Farmacia y Bioquímica  
Universidad Privada Norbert Wiener

Presente. -

De mi especial consideración:

Es grato expresarle un cordial saludo y como Asesor: **MG. COLLANTES LLACZA, ADELA MARLENE** Tesis titulada: **"PERCEPCIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DE ATENCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA BOTICA FARMALUZ RIMAC-2022"**, desarrollada por los egresados HURTADO ASTORAYME YEVINA LESLY – TELLO MANRIQUE ALEMAO ÁLDO para la obtención del **Título Profesional de Químico Farmacéutico**; ha sido concluida satisfactoriamente.

Al respecto informo que se lograron los siguientes objetivos:

- Redacción del proyecto de investigación.
- Ejecución de proyecto de investigación según programa establecido.
- Análisis estadístico descriptivo.
- Redacción de informe final de investigación.

Así mismo, informo y doy conformidad de que se ha cumplido con los requisitos académicos solicitados por la Universidad Privada Norbert Wiener, en torno a las políticas de originalidad y conductas antiplagio, entre ellos el Procedimiento para el uso de software antiplagio, cumpliendo con los porcentajes de originalidad establecido.

Atentamente,



*Adela Marlene Collantes Ilacza*  
QUÍMICO FARMACÉUTICO  
C. O. F. P. 17146

Firma del Asesor

: **MG. COLLANTES LLACZA, ADELA MARLENE**

**DNI: 44607852**

## Anexo 11. Informe de Turnitin de proyecto de investigación



### Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author: Adela Collantes  
 Assignment title: YEVINA Y ALEMAO  
 Submission title: YEVINA Y ALEMAO  
 File name: PROYECTO\_CORREGIDO.docx  
 File size: 208.92K  
 Page count: 61  
 Word count: 11,566  
 Character count: 66,558  
 Submission date: 06-Aug-2022 11:24AM (UTC-0500)  
 Submission ID: 1879472314



Universidad  
Norbert Wiener

FACULTAD FARMACIA BIOQUÍMICA  
Escuela Académico Profesional de  
Farmacia y Bioquímica

"PERCEPCIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DE  
ATENCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA BOTICA FARMALLIE PIRANG  
2022"

PROYECTO DE TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE TÍTULO  
PROFESIONAL DE QUÍMICO FARMACÉUTICO

Presentado por:

ANABEL HORTICIO ESTEVAN, YEVINA LUIS Y  
CÓDIGO ONCE: 000-000-000-0001  
TEL: 005622-81500001  
CÓDIGO ONCE: 000-000-000-0001

ANABEL M. COLLANTES LLACSA, ADELA MARLENE  
CÓDIGO ONCE: 000-000-000-0001

LIMA - PERÚ  
2022

## Reporte de similitud

## ● 17% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 16% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

## FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Internet	4%
2	<b>repositorio.unid.edu.pe</b> Internet	1%
3	<b>uwiener.edu.pe</b> Internet	<1%
4	<b>repositorio.ucm.edu.co</b> Internet	<1%
5	<b>repositorio.unheval.edu.pe</b> Internet	<1%
6	<b>repositorio.unac.edu.pe</b> Internet	<1%
7	<b>search.bvsalud.org</b> Internet	<1%
8	<b>repositorio.unjfsc.edu.pe</b> Internet	<1%

## Anexo 12. Resultado Turnitin de Informe de Tesis.

**Reporte de similitud**

---

<p>NOMBRE DEL TRABAJO</p> <p><b>13 INFORME FINAL DE TESIS - HURTAD O Y TELLO.docx</b></p>	<p>AUTOR</p> <p><b>Hurtado Astorayme Tello Manrique</b></p>
---	---

---

<p>RECUESTO DE PALABRAS</p> <p><b>17608 Words</b></p>	<p>RECUESTO DE CARACTERES</p> <p><b>100009 Characters</b></p>
<p>RECUESTO DE PÁGINAS</p> <p><b>127 Pages</b></p>	<p>TAMAÑO DEL ARCHIVO</p> <p><b>5.9MB</b></p>
<p>FECHA DE ENTREGA</p> <p><b>Jun 7, 2023 10:22 PM GMT-5</b></p>	<p>FECHA DEL INFORME</p> <p><b>Jun 7, 2023 10:24 PM GMT-5</b></p>

---

● **17% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 16% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Base de datos de trabajos entregados
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material bibliográfico
- Material citado
- Fuentes excluidas manualmente

Anexo 13. Registro fotográfico



