



Universidad  
Señor de Sipán

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**TESIS**

**SEGURIDAD SANITARIA Y SU RELACIÓN CON LA  
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN TIEMPOS DE  
COVID-19 EN LOS SUPERMERCADOS DE  
FERREÑAFE - 2021**

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

**Autor (es):**

**Bach. Felix Lopez, Brian Gunther de Jesus**

**ORCID: <https://orcid.org/0000000339341550>**

**Asesor:**

**Dra. Reyes Reyes, Carla Angélica**

**ORCID: <https://orcid.org/000000027333383X>**

**Línea de Investigación:**

**Gestión Empresarial y Emprendimiento**

**Pimentel – Perú**

**2024**

APROBACIÓN DEL JURADO

**TESIS**

**SEGURIDAD SANITARIA Y SU RELACIÓN CON LA  
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN TIEMPOS DE COVI-19 EN LOS  
SUPERMERCADOS DE FERREÑAFE - 2021**

Asesor (a): Dra. Reyes Reyes Carla Ángelica

---

Nombre Completo

Firma

Presidente (a): Dr. Mego Núñez Onésimo

---

Nombre completo

Secretario (a): Dr. García Yovera Abraham José

---

Nombre Completo

Vocal (a): Dr. Villanueva Calderón Juan Amilcar

---

Nombre Completo



## DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien suscribe la **DECLARACIÓN JURADA**, es **egresado** del Programa de Estudios de **Administración** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro bajo juramento que soy autor del trabajo titulado:

### **SEGURIDAD SANITARIA Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN TIEMPOS DE COVID-19 EN LOS SUPERMERCADOS DE FERREÑAFE - 2021**

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firma:

FÉLIX LÓPEZ BRIAN GUNTHER DE JESÚS	DNI: 76724364	
------------------------------------	---------------	--

Pimentel, 12 de julio de 2023

## **DEDICATORIA**

En primer lugar, agradecer a Dios, por brindarme las oportunidades de crecer profesionalmente y personalmente; también agradecer a mi madre por todo el esfuerzo y sacrificio otorgado, también a mis familiares que me brindaron todo el apoyo necesario en este camino.

***Brian***

## **AGRADECIMIENTO**

Nuestro agradecimiento a nuestro asesor Dr. José William Córdova Chirinos por ayudarnos en el trascurso de la relación de nuestra tesis y por transmitirnos sus conocimientos para llevar a cabo la investigación.

***Brian***

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la seguridad y satisfacción del cliente en tiempos de covid-19 en los supermercados de Ferreñafe - 2021. Se efectuó un estudio de tipo de descriptivo – correlacional, con un diseño no experimental con corte transversal. Para la recolección de datos, se utilizó la técnica de la encuesta, aplicada a una muestra de 130 clientes del supermercado Precio Uno y 30 clientes del supermercado El Súper, siendo un total de 190 clientes. El instrumento fue validado por tres expertos en la materia de investigación, su confiabilidad fue comprobada por el coeficiente de Conbrach, dando como resultado un 0.880. El nivel de seguridad sanitaria en los supermercados de Ferreñafe se determinó a través de 4 dimensiones: Agente, Ambiente, Huésped y Desinfección. El nivel de satisfacción del cliente en los supermercados de Ferreñafe se determinó a través de 3 dimensiones: Rendimiento percibido, Expectativa y Nivel de satisfacción. Se concluye que la seguridad sanitaria si incide en la satisfacción del cliente en los supermercados de Ferreñafe en tiempos de Covid-19. Se recomendó aplicar estrategias para incrementar el nivel de seguridad sanitaria mejorando la satisfacción del cliente.

**Palabras clave:** Seguridad sanitaria, satisfacción, estrategias.

## **ABSTRACT**

The present research aimed to determine the relationship between safety and customer satisfaction in times of covid-19 in the supermarkets of Ferreñafe - 2021. A descriptive-correlational type study was carried out, with a non-experimental design with a cross-sectional section. For data collection, the survey technique was used, applied to a sample of 130 customers of the Precio Uno supermarket and 30 customers of the El Súper supermarket, for a total of 190 customers. The instrument was validated by three experts in the research field, its reliability was verified by the Conbrach coefficient, resulting in 0.880. The level of sanitary security in Ferreñafe supermarkets was determined through 4 dimensions: Agent, Environment, Host and Disinfection. The level of customer satisfaction in Ferreñafe supermarkets was determined through 3 dimensions: Perceived performance, Expectation and Level of satisfaction. It is concluded that health security does affect customer satisfaction in Ferreñafe supermarkets in times of Covid-19. It was recommended to apply strategies to increase the level of health security by improving customer satisfaction.

**Keywords:** Health security, satisfaction, strategies.

## INDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL JURADO .....	ii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRAC.....	vii
INDICE DE CONTENIDO .....	viii
INDICE DE TABLAS .....	ix
INDICE DE FIGURAS.....	xiii
I. INTRODUCCIÓN.....	16
1.1. Realidad problemática .....	16
1.2. Antecedentes de estudio .....	19
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	24
1.4. Formulación del problema .....	34
1.5. Justificación e importancia del estudio.....	34
1.6. Hipótesis.....	35
1.7. Objetivos .....	36
1.7.1. Objetivo General.....	36
1.7.2. Objetivos específicos.....	36
II. MATERIAL Y MÉTODO.....	37
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	37
2.2. Población y muestra .....	38
2.3. Variable, Operacionalización .....	40
2.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	43
2.5. Procedimiento de análisis de datos .....	43
2.6. Criterios éticos.....	44
2.7. Criterios de Rigor científicos .....	44
III. RESULTADOS.....	46
3.1. Resultados en tablas y figuras.....	46
3.2. Discusión de resultados.....	83
3.3. Aporte práctico .....	87
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	102
REFERENCIAS .....	105
ANEXOS.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 .....	41
Operacionalización de la Variable independiente: Seguridad Sanitaria.....	41
Tabla 2 .....	42
Operacionalización de la Variable dependiente: Satisfacción del cliente.....	42
Tabla 3 .....	46
Nivel de relación entre seguridad sanitaria y satisfacción del cliente en los supermercados de Ferreñafe – 2021. ....	46
Tabla 4 .....	47
¿Considera que los supermercados de Ferreñafe controlan que los clientes ingresen con doble mascarilla o protector facial?.....	47
Tabla 5 .....	48
¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe controlan la temperatura al ingresar un cliente? .....	48
Tabla 6 .....	49
¿Al realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe, considera que se respeta el distanciamiento social obligatorio?.....	49
Tabla 7 .....	50
¿Considera que existe una aglomeración de personas en los supermercados de Ferreñafe? .....	50
Tabla 8 .....	51
¿Los supermercados de Ferreñafe controlan que no exista contacto físico entre clientes y colaboradores?.....	51
Tabla 9 .....	52
¿Considera que los supermercados de Ferreñafe, cuando detectan un caso presuntivo de Covid-19, respetan la medida de aislamiento?.....	52
¿En los supermercados de Ferreñafe se han detectado casos de formación del virus Covid-19 en clientes o colaboradores? .....	53
Tabla 11.....	54
¿Los supermercados de Ferreñafe comunican a sus clientes sobre casos detectados y cierran sus establecimientos por un periodo determinado?.....	54
Tabla 12.....	55
¿Los supermercados de Ferreñafe realizan una limpieza adecuada a sus ambientes? ...	55
Tabla 13.....	56
¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe se realiza una adecuada protección y desinfección de objetos y alimentos?.....	56
Tabla 14.....	57

¿Considera que los tiempos de espera en cola por pandemia en los supermercados de Ferreñafe es el adecuado? .....	57
Tabla 15.....	58
¿Considera que los colaboradores de los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia, mantienen una adecuada protección? .....	58
Tabla 16.....	59
¿Qué posibilidad existe de que recomiende a sus familiares o conocidos que asistan a realizar sus comprar en los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia? .....	59
Tabla 17.....	60
¿Permanecería Ud. como cliente fiel de los supermercados de Ferreñafe? .....	60
Tabla 18.....	61
¿Considera que la calidad de servicio en los supermercados de Ferreñafe, es la adecuada? .....	61
Tabla 19.....	62
¿Siente algún riesgo de infección al asistir a realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe? .....	62
Tabla 20.....	63
¿Cuál es su nivel de satisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe? .....	63
Tabla 21.....	64
¿Cuál es su nivel de insatisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe? .....	64
Tabla 22.....	65
¿Considera que los supermercados de Ferreñafe controlan que los clientes ingresen con doble mascarilla o protector facial? .....	65
Tabla 23.....	66
¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe controlan la temperatura al ingresar un cliente? .....	66
Tabla 24.....	67
¿Al realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe, considera que se respeta el distanciamiento social obligatorio? .....	67
Tabla 25.....	68
¿Considera que existe una aglomeración de personas en los supermercados de Ferreñafe? .....	68
Tabla 26.....	69
¿Los supermercados de Ferreñafe controlan que no exista contacto físico entre clientes y colaboradores? .....	69
Tabla 27.....	70
¿Considera que los supermercados de Ferreñafe, cuando detectan un caso presuntivo de Covid-19, respetan la medida de aislamiento?.....	70

Tabla 28.....	71
¿En los supermercados de Ferreñafe se han detectado casos de formación del virus Covid-19 en clientes o colaboradores? .....	71
Tabla 29.....	72
¿Los supermercados de Ferreñafe comunican a sus clientes sobre casos detectados y cierran sus establecimientos por un periodo determinado?.....	72
Tabla 30.....	73
¿Los supermercados de Ferreñafe realizan una limpieza adecuada a sus ambientes? ...	73
Tabla 31.....	74
¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe se realiza una adecuada protección y desinfección de objetos y alimentos? .....	74
Tabla 32.....	75
¿Considera que los tiempos de espera en cola por pandemia en los supermercados de Ferreñafe es el adecuado? .....	75
Tabla 33.....	76
¿Considera que los colaboradores de los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia, mantienen una adecuada protección? .....	76
Tabla 34.....	77
¿Qué posibilidad existe de que recomiende a sus familiares o conocidos que asistan a realizar sus comprar en los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia? .....	77
Tabla 35.....	78
¿Permanecería Ud. como cliente fiel de los supermercados de Ferreñafe? .....	78
Tabla 36.....	79
¿Considera que la calidad de servicio en los supermercados de Ferreñafe, es la adecuada? .....	79
Tabla 37.....	80
¿Siente algún riesgo de infección al asistir a realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe? .....	80
Tabla 38.....	81
¿Cuál es su nivel de satisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe? .....	81
Tabla 39.....	82
¿Cuál es su nivel de insatisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe? .....	82
Tabla 40.....	91
Estrategia – Reducir los límites de capacidad en los supermercados de Ferreñafe .....	91
Tabla 41.....	91
Presupuesto .....	91
Tabla 42.....	92

Estrategia – Realizar un protocolo de políticas y procedimientos laborales .....	92
Tabla 43.....	93
Presupuesto .....	93
Tabla 44.....	94
Estrategia – Colocar barreras físicas y otras medidas de control.....	94
Tabla 45.....	94
Presupuesto .....	94
Tabla 46.....	95
Estrategia – Mejorar el flujo de tráfico.....	95
Tabla 47.....	95
Presupuesto .....	95
Tabla 48.....	96
Estrategia – Verificación del uso de doble mascarilla.....	96
Tabla 49.....	96
Presupuesto .....	96
Tabla 50.....	97
Estrategia – Colocar señalización .....	97
Tabla 51.....	97
Presupuesto .....	97
Tabla 52.....	98
Estrategia – Evaluación y control según la Ley N°27872 .....	98
Tabla 53.....	98
Presupuesto .....	98
Tabla 54.....	99
Presupuesto .....	99

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 .....	47
¿Considera que los supermercados de Ferreñafe controlan que los clientes ingresen con doble mascarilla o protector facial? .....	47
Figura 2 .....	48
¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe controlan la temperatura al ingresar un cliente? .....	48
Figura 3 .....	49
¿Al realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe, considera que se respeta el distanciamiento social obligatorio? .....	49
Figura 4 .....	50
¿Considera que existe una aglomeración de personas en los supermercados de Ferreñafe? .....	50
Figura 5 .....	51
¿Los supermercados de Ferreñafe controlan que no exista contacto físico entre clientes y colaboradores? .....	51
Figura 6 .....	52
¿Considera que los supermercados de Ferreñafe, cuando detectan un caso presuntivo de Covid-19, respetan la medida de aislamiento? .....	52
Figura 7 .....	53
¿En los supermercados de Ferreñafe se han detectado casos de formación del virus Covid-19 en clientes o colaboradores? .....	53
Figura 8 .....	54
¿Los supermercados de Ferreñafe comunican a sus clientes sobre casos detectados y cierran sus establecimientos por un periodo determinado? .....	54
Figura 9 .....	55
¿Los supermercados de Ferreñafe realizan una limpieza adecuada a sus ambientes? ...	55
Figura 10 .....	56
¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe se realiza una adecuada protección y desinfección de objetos y alimentos? .....	56
Figura 11 .....	57
¿Considera que los tiempos de espera en cola por pandemia en los supermercados de Ferreñafe es el adecuado? .....	57
Figura 12 .....	58
¿Considera que los colaboradores de los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia, mantienen una adecuada protección? .....	58
Figura 13 .....	59

¿Qué posibilidad existe de que recomiende a sus familiares o conocidos que asistan a realizar sus comprar en los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia? .....	59
Figura 14.....	60
¿Permanecería Ud. como cliente fiel de los supermercados de Ferreñafe?.....	60
Figura 15.....	61
¿Considera que la calidad de servicio en los supermercados de Ferreñafe, es la adecuada? .....	61
Figura 16.....	62
¿Siente algún riesgo de infección al asistir a realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe?.....	62
Figura 17.....	63
¿Cuál es su nivel de satisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe?.....	63
Figura 18.....	64
¿Cuál es su nivel de insatisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe?.....	64
Figura 19.....	65
¿Considera que los supermercados de Ferreñafe controlan que los clientes ingresen con doble mascarilla o protector facial? .....	65
Figura 20.....	66
¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe controlan la temperatura al ingresar un cliente? .....	66
Figura 21.....	67
¿Al realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe, considera que se respeta el distanciamiento social obligatorio?.....	67
Figura 22.....	68
¿Considera que existe una aglomeración de personas en los supermercados de Ferreñafe? .....	68
Figura 23.....	69
¿Los supermercados de Ferreñafe controlan que no exista contacto físico entre clientes y colaboradores? .....	69
Figura 24.....	70
¿Considera que los supermercados de Ferreñafe, cuando detectan un caso presuntivo de Covid-19, respetan la medida de aislamiento?.....	70
Figura 25.....	71
¿En los supermercados de Ferreñafe se han detectado casos de formación del virus Covid-19 en clientes o colaboradores?.....	71
Figura 26.....	72

¿Los supermercados de Ferreñafe comunican a sus clientes sobre casos detectados y cierran sus establecimientos por un periodo determinado? .....	72
Figura 27 .....	73
¿Los supermercados de Ferreñafe realizan una limpieza adecuada a sus ambientes? ...	73
Figura 28 .....	74
¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe se realiza una adecuada protección y desinfección de objetos y alimentos? .....	74
Figura 29 .....	75
¿Considera que los tiempos de espera en cola por pandemia en los supermercados de Ferreñafe es el adecuado? .....	75
Figura 30 .....	76
¿Considera que los colaboradores de los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia, mantienen una adecuada protección? .....	76
Figura 31 .....	77
¿Qué posibilidad existe de que recomiende a sus familiares o conocidos que asistan a realizar sus comprar en los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia? .....	77
Figura 32 .....	78
¿Permanecería Ud. como cliente fiel de los supermercados de Ferreñafe? .....	78
Figura 33 .....	79
¿Considera que la calidad de servicio en los supermercados de Ferreñafe, es la adecuada? .....	79
Figura 34 .....	80
¿Siente algún riesgo de infección al asistir a realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe? .....	80
Figura 35 .....	81
¿Cuál es su nivel de satisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe? .....	81
Figura 36 .....	82
¿Cuál es su nivel de insatisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe? .....	82

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

#### 1.1.1. Contexto internacional

Espinoza (2019) en su investigación llevada a cabo en Ecuador, identificó que en el mercado municipal del estado Archidona, existen algunos problemas, por ejemplo, observó que los utensilios utilizados en la preparación de alimentos no reciben la debida atención en cuanto a limpieza; de igual manera, el mercado no representa unas condiciones sanitarias ideales, estos riesgos pueden causar problemas estomacales. Para solucionar estos problemas, se recomienda capacitar a los vendedores en higiene personal, y se recomienda trabajar con las autoridades municipales para proporcionar uniformes a los vendedores.

Monrroy (2019) señaló en su investigación en Bogotá, Colombia, que en el mercado de Corocoboc la gente trabaja con infraestructura inadecuada, la comida está en el suelo y se vende en condiciones antihigiénicas. Algunas salas de exposiciones no cumplen con las condiciones sanitarias necesarias, lo que trae imágenes desfavorables a los clientes y provocan insatisfacción en los mismos. Se recomienda reformar la infraestructura que cumpla con las condiciones sanitarias y realizar monitoreos mensuales para determinar si cumplen con las condiciones sanitarias.

En su investigación realizada en Guayaquil, Ecuador, Montenegro y Gómez (2019) destacaron que en el mercado municipal del estado Pedro Carbo, se puede observar que los trabajadores no están siguiendo buenas prácticas en el manejo de alimentos. Como resultado, se causó intoxicación alimentaria a los consumidores, lo que a su vez perjudicó su salud e insatisfacción. Para solucionar los problemas que se presenten, se recomienda implementar el diseño del sistema BPM y realizar capacitaciones periódicas para adquirir conocimientos y cambiar la forma de comercialización de la experiencia.

Soto (2020) señaló en su investigación realizada en Santiago, Colombia que existen causas de peligro de salud y seguridad en el mercado central, como son los riesgos físicos, químicos, de carga física, ambientales y de inseguridad.

Debido a estos factores presentados, tanto los trabajadores como los clientes mostraron un alto grado de insatisfacción.

Alarcón (2021), en su estudio llevado a cabo en Santiago, señaló que aunque es verdad que los hallazgos disponibles acerca de la evaluación de la seguridad sanitaria no siempre se pueden utilizar como un predictor seguro del éxito en la respuesta ante situaciones como la pandemia de COVID-19, identificar características de seguridad sanitaria que podrían influir en una gestión más eficiente de la propagación de esta enfermedad, podría servir como guía para priorizar estrategias con el propósito de enfrentar de manera más efectiva una eventual futura pandemia.

### **1.1.2. Contexto Nacional**

En su estudio realizado en Huánuco en 2017, Ambrosio destacó la ausencia de adecuadas normas de higiene en el sector privado de venta de alimentos. La falta de higiene en la preparación de comestibles resulta en la potencialidad de causar perjuicios y constituye una amenaza para la salud de los consumidores. El 56% de los proveedores no siguió buenas prácticas de higiene y el 59% de los proveedores no adoptó buenas condiciones de higiene. Estos factores hicieron que el cliente no estuviera satisfecho con los daños propuestos. Ante los problemas que se presentan, se recomienda que el personal de ventas de cada puesto reciba capacitación para promover las condiciones de salud correspondientes y aplicarlas, por tal motivo, también se recomienda revisar cada dos semanas para ver si se cumplen estas condiciones.

Quintana (2018) en su análisis llevado a cabo en San Juan de Lurigancho – Lima, expresó que el Centro comercial Plaza vea no muestra las óptimas condiciones mínimas de salubridad, asimismo, incumplieron con las condiciones de limpieza, perjudicando a la salud de trabajadores y consumidores. Por lo tanto, la Municipalidad de San Juan de Lurigancho determinó cerrar temporalmente el establecimiento por las razones mencionadas. Se sugiere a

la compañía robustecer los recursos materiales y con ello exponer una composición física que impulse la tranquilidad de cada consumidor.

Alfaro (2019) en su indagación hecha en Lima, expresó que los supermercados muestran falta de estabilidad e limpieza en la zona de carnes. Entre los diversos inconvenientes que se hizo evidente en los supermercados, el 19% corresponde a la carencia de reglas de estabilidad e limpieza industrial y el 15%, a la mala manipulación en la utilización de aparatos. Todo ello conlleva a que se produzca un elevado nivel de peligro de infección en los consumidores y accidentes en los trabajadores. Se propone una constante capacitación del personal para una buena manipulación de la materia prima, además usar las maquinarias de una forma idónea sin arriesgar la salud y confort de los individuos.

Huamán y Zárate (2019) en su análisis llevado a cabo en Lima, expuso que, en los Mercados de Abastos, los trabajadores no están debidamente aseados y no cuentan con uniforme, Además, no muestran disposición para comprender y seguir las Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos, no aplican la regla sanitaria vigente y, por otro lado, varios de los trabajadores en la sección de alimentos no pueden demostrar que gozan de buena salud a través de un certificado médico. Se ofrece que en todo instante los trabajadores tienen que aportar su carné de sanidad que acredite una salud aceptable, mostrar una correcta limpieza en el proceso de manipulación de alimentos y usar un uniforme que este sustentado para un reglamento.

Vargas (2019) en su averiguación elaborada en San Pedro – Cusco, manifestó que en el Mercado Central se hizo evidente que, pese a la llegada de inspectores, todavía es común las condiciones como la utilización infectada de utensilios. Respecto al personal que manipula los utensilios, se observa el déficit del aseo personal con las condiciones higiénicas de salud a lo largo de la manipulación. Dichos componentes permanecen provocando patologías en los consumidores influenciando e la satisfacción de los mismos. Se propone hacer capacitaciones constantes para difundir el valor y estabilidad de una correcta condición de limpieza de sus implementos.

### **1.1.3. Contexto local**

Se ha planteado hacer el presente análisis en la urbe de Ferreñafe ya que se ha visto una insatisfacción en la población respecto a la estabilidad sanitaria en los supermercados y, que ha ido incrementando en tiempos de enfermedad pandémica Covid-19. En Ferreñafe, hay 2 supermercados posicionados: El Súper y Precio Uno, que en tiempos de enfermedad pandémica debieron cambiar ciertos componentes para evadir que se siga propagando el virus.

Entre los problemas observados se tiene que: Los supermercados solo cuentan con 1 puerta (es decir los clientes entran y salen por una misma puerta, lo cual genera multitud y no se respeta la distancia social establecida); por otro lado, se detectó que venden alimentos en mal estado afectando a la salud de los consumidores y por último, la higiene en los establecimientos no es la más idónea.

## **1.2. Antecedentes de estudio**

### **1.2.1. Contexto Internacional**

En el estudio titulado " Diseño de un sistema de BPM para el mercado del cantón Pedro Carbo en el sector de mariscos", Guayaquil, Ecuador," llevado a cabo por Montenegro y Gómez en 2019, tuvo como fin general diseñar una estrategia de optimización técnica al área de mariscos del mercado del Cantón Pedro Carbo. Para lograr este propósito, se empleó una metodología de investigación cuantitativa que involucró la recopilación de datos a través de encuestas. Se diseñó un cuestionario específico que se administró a un total de 48 participantes. Como consecuencia del análisis, se concluyó que el mercado incumple con las Buenas Prácticas de manufactura, por lo cual se concluye que se necesita diseñar una estrategia asegurando la estabilidad alimentaria del producto que dan.

En su tesis titulada "Evaluar las buenas prácticas de manufactura en el mercado de comidas típicas del Cantón Archidona, Ecuador,". Espinoza (2019) se propuso evaluar las condiciones de aplicación de las Buenas Prácticas de

Manufactura en el mencionado mercado. El enfoque de su estudio fue explicativo, deductivo y minucioso, empleando la encuesta como método y aplicando un cuestionario a catorce establecimientos del mercado. Como consecuencia se concluyó que, la mayor parte de los empleados del mercado incumplen las reglas de limpieza sanitarias, con lo cual se concluye que los empleados tienen que mejorar el servicio, el aseo de los locales y la limpieza en el personal.

Monrroy (2019) en su análisis "Propuesta metodológica para la utilización de las BPM de alimentos en plazas de mercado de Bogotá", Bogotá; se tuvo como fin general formular una metodología de utilización del sistema de la BPM de alimentos en plaza mercados. Se aplicó una metodología detallada con diseño no empírico, se aplicó la encuesta y se creó un cuestionario empleado a 15 locales. Como consecuencia se obtuvo que la organización si cuenta con la utilización de buenas prácticas de limpieza y salubridad, por lo cual se concluye que los consumidores poseen un elevado grado de satisfacción.

Arias y Romero (2020) en su tesis titulada "Nivel de servicio al comprador prestado a los usuarios de los dispensarios de éticos Serrano Gómez LTDA", Colombia; tuvo como fin plantear tácticas que fortalezcan el servicio al comprador en los dispensarios gracias a la emergencia del Covid-19. Se adoptó una averiguación de tipo no empírico con enfoque detallado; se aplicó la encuesta y cuestionario a 3 dispensarios. Los resultados conseguidos fueron que las deficiencias en el servicio que en la actualidad se muestra en la organización. Se concluye que la más grande falencia de los dispensarios está en la reacción y el razonamiento de los empleados de los dispensarios.

En su investigación titulada "Tiempos de pandemia: La importancia de implementar la seguridad sanitaria", Alarcón (2021) tuvo como objetivo identificar la relación numérica entre ciertos marcadores de seguridad sanitaria y los resultados en la gestión de la pandemia de Covid-19. Utilizó un enfoque analítico de diseño ecológico y seleccionó un conjunto de países miembros de la OMS basándose en la disponibilidad de datos. La conclusión principal es que

una evaluación más sólida de la seguridad sanitaria, por sí sola, no constituye un indicador efectivo para medir la respuesta ante una pandemia.

### **1.2.2. Contexto Nacional**

En el estudio realizado por Ambrosio (2017), titulado “Condiciones higiénicas sanitarias en vendedores de comida del mercado modelo privado, Huánuco”, se llevó a cabo una investigación con el propósito de determinar el estado de higiene y saneamiento en dicho mercado. Se llevó a cabo una investigación de tipo observacional detallada, en la cual se diseñó un cuestionario que se aplicó a 115 puestos de vendedores. Los resultados del análisis revelaron que el 60% de los vendedores no cumplían con los estándares adecuados de higiene. Como conclusión, se recomendó la implementación de medidas, como la obligación de que los trabajadores cuenten con un carnet sanitario, reciban capacitación en seguridad alimentaria y se laven las manos antes de manipular alimentos.

Quintana (2018) llevó a cabo un estudio titulado “Calidad de servicio y satisfacción del comprador del Centro comercial Plaza Vea del distrito de San Juan de Lurigancho”, Perú, con el objetivo de analizar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los compradores. Este estudio se basó en una investigación detallada de tipo correlacional y utilizó una encuesta junto con un cuestionario que constaba de 22 preguntas relacionadas con la calidad y 30 preguntas relacionadas con la satisfacción. La muestra consistió en 384 consumidores. Los resultados revelaron que la calidad de servicio obtuvo un porcentaje de 22.9%, lo que indica una calidad bastante buena, mientras que la satisfacción alcanzó un 60.4%. En consecuencia, se puede concluir que la calidad tiene un impacto significativo en la satisfacción de los clientes.

En su tesis titulada tesis “Seguridad e limpieza industrial en el sector de manipulación de carnes de supermercados de Lima”, Alfaro (2019) planteó como meta investigar los patrones de estabilidad en cuanto a la limpieza en las áreas de manipulación de carne en supermercados de la ciudad de Lima. Se hizo un análisis aplicado con enfoque cuantitativo. Se aplicó la encuesta y un

cuestionario a 30 personas. Como resultado se manifestó que el 85% de trabajadores poseen desconocimiento de las reglas de estabilidad y limpieza por lo cual no fueron capacitados. Se concluye que, se necesita utilizar las reglas correctas para las zonas en el centro comercial, identifiquen los peligros y de esta forma mejorar las condiciones para trabajadores y consumidores.

En su investigación titulada “Análisis situacional de las condiciones higiénico sanitarias del manipulador de alimentos en los mercados de abasto, Lima”, Huamán y Zárate (2019) se propusieron llevar a cabo un estudio general sobre el estado actual de la higiene y la sanidad en los mercados de abasto. Se hizo un análisis cuantitativo. Se aplicó la encuesta y un cuestionario aplicado a 185 consumidores del mercado. Se obtuvo como consecuencia que un 70% de manipuladores de alimentos no posee limpieza adecuada y un 57% no aportan el carnet de sanidad. Concluyendo que las condiciones de limpieza sanitarias son deficientes y se necesita hacer sucesivas inspecciones.

En su estudio titulado análisis “Condiciones higiénicas sanitarias en la manipulación de alimentos por los expendedores del mercado central de San Pedro, Cusco”, realizado por Vargas (2019), tenía como meta principal determinar las condiciones de higiene y sanidad en el Mercado Central de San Pedro. Para lograrlo, se utilizó un enfoque metodológico detallado con un diseño no experimental. La muestra de estudio incluyó a 188 vendedores, a quienes se les administró una encuesta y un cuestionario para recopilar información. Los resultados mostraron un 84.20% de porcentaje elevado en fuentes de contaminación y un 89.5% en falta de limpieza y limpieza. Se concluye que se necesita que se realicen inspecciones más comunes referente a la validez del carnet de sanidad, la implementación de vestimenta correcta y una adecuada limpieza de limpieza.

### **1.2.3. Contexto local**

En su estudio titulado “Manejo de quejas y satisfacción de los consumidores de la compañía Makro Supermayorista, Chiclayo”, Garboza y Rivera (2017) se propusieron investigar cómo el proceso de manejo de quejas

influye en la satisfacción de los consumidores que compran en la compañía Makro en Chiclayo. Se adoptó un diseño detallado – correlacional y se creó la encuesta y cuestionario con escala Likert, que se aplicó a 50 personas que en algún momento han realizado alguna queja en la organización. Como resultado, se determinó que hay una relación positiva entre las variables, con un coeficiente de correlación de Pearson de 0.726. Concluyendo que la satisfacción predomina en un 52.7% en el desempeño de quejas que muestra la compañía Makro.

Castro y De la Piedra (2019) en el análisis “Diseño de un sistema de administración de estabilidad y salud ocupacional para reducir riesgos de trabajo en la compañía Azucarera Naylamp S.A.C”, Chiclayo; tuvo como fin general ofrecer un método de administración de salud ocupacional en la Azucarera Naylamp S.A.C. Se aplicó una averiguación detallada y como objeto de análisis fueron 56 ayudantes. Se llevó a cabo tanto la encuesta como el cuestionario, lo que llevó a la conclusión de que en la empresa se evidencia una falta de una cultura que promueva la estabilidad y el bienestar. Se concluye que se necesita utilizar un sistema de administración de estabilidad para reducir los peligros que están afectando la satisfacción gremial.

Hernández (2020) investiga la "Calidad de servicio y su universalidad en la satisfacción del comprador de Supermercados El Súper SAC" en Chiclayo. El objetivo principal de este estudio es evaluar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en Supermercados El Súper SAC. El enfoque de investigación es detallado y relevante, utilizando un diseño no empírico. Se llevó a cabo una encuesta y un cuestionario que se aplicaron a 64 clientes. Los resultados arrojaron un coeficiente de Pearson de 0.770, lo que indica que existe una fuerte correlación entre la calidad y la satisfacción, sugiriendo un alto nivel de satisfacción y calidad en el servicio.

En su estudio titulado "Calidad de servicio y lealtad del consumidor en el centro comercial Chiclayo Plaza Vea", Montenegro y Vega (2020) tenían como propósito analizar cómo la calidad del servicio se vincula con la fidelidad de los compradores en este centro comercial. Para llevar a cabo esta investigación,

emplearon detallados métodos cuantitativos, encuestando a un grupo de 383 individuos mediante el uso de cuestionarios como herramienta de medición. Los resultados de la encuesta señalaron que los consumidores se encuentran satisfechos con la infraestructura del centro comercial, y que la vestimenta y limpieza del personal indican que el centro cumple con estándares de limpieza. En última instancia, se concluyó que existe una correlación positiva pero débil entre la calidad del servicio y la lealtad de los clientes.

En su estudio titulado "Situación sanitaria, técnica y administrativa de los camales del departamento de Lambayeque", Gonzales y Apanu (2017) se propusieron analizar las condiciones sanitarias, técnicas y administrativas de los mataderos en la región. Emplearon un enfoque de investigación descriptiva y analítica, llevando a cabo encuestas en 18 mataderos. Los resultados revelaron que la mayoría de los mataderos encuestados (77.8%) tenían acceso a una red de agua potable pública, mientras que el 61.1% contaba con sistemas de desagüe. Sin embargo, es importante destacar que ninguno de los mataderos evaluados tenía un sistema de tratamiento de aguas residuales en funcionamiento.

### **1.3. Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1. Seguridad sanitaria**

El concepto de "estabilidad sanitaria" surgió en el siglo XIV, cuando se introdujo la práctica del aislamiento como una medida para evitar la difusión de la peste negra en las regiones de Europa. A fines del siglo XX, la propagación de enfermedades infecciosas comenzó a verse como una amenaza militar para la estabilidad del país. En 1969, la Asamblea de la Salud adoptó el Reglamento Sanitario Mundial (RSI) como instrumento, que se basó en un marco legal y formuló directrices relacionadas con la estabilidad global para prevenir la propagación de enfermedades y enfrentar amenazas a salud pública.

Según Ronderos (2009), la Organización Mundial de la Salud en el año 2007 describe la estabilidad sanitaria como un conjunto de labores tanto activas como pasivas de vital importancia para reducir la susceptibilidad a situaciones

de salud pública urgentes. Según diferentes áreas geográficas y a través de fronteras internacionales.

#### **1.3.1.1. Seguridad sanitaria en tiempos de Covid-19**

Como parte de la obligación del Perú de proteger los derechos a la salud individual y grupal establecida en la Constitución Política, el sistema de salud peruano fue creado por legisladores para prevenir situaciones típicas o amenazas para la salud, como la pandemia Covid19.

La OMS (2022) muestra cómo proteger a las personas en grupos o empresas de la infección, con énfasis en la protección de la salud o los procedimientos de seguridad para prevenir el Covid-19 de manera sencilla se pueden describir de la siguiente manera: Use una máscara, asegúrese de estar en una habitación ventilada, evite las multitudes y cubra la tos con un codo doblado o un pañuelo.

Es importante que las condiciones de seguridad y salud establecidas en las organizaciones, centros y lugares de trabajo no afecten a las normas adicionales establecidas, especialmente para cada actividad económica y profesional o comercial.

#### **1.3.1.2. Seguridad sanitaria: un reto para el 2030**

Según el informe de la Organización Mundial de la Salud de 2022, gran parte de la población a nivel global no dispone de un acceso completo a servicios de atención médica fundamentales. Simultáneamente, 100 millones de individuos caen en la pobreza extrema debido a la necesidad de costear dichos servicios de su propio presupuesto.

En un comunicado del BBVA en 2022, se nos informa que al hablar de seguridad sanitaria, se debe considerar tanto el acceso a la atención médica como la capacidad de costearla. Según Fanjul, quien es el director de Análisis en el Instituto de Salud Global de Barcelona, existen dos aspectos de la seguridad sanitaria. Uno de ellos se relaciona con los riesgos derivados de eventos como epidemias o desastres naturales, ante los cuales nos preparamos

mediante diversas medidas. El otro aspecto hace referencia a la habilidad de la comunidad para asegurar el acceso a servicios de salud. Esto no solo implica preservar la vida y mantenerse libre de enfermedades, sino también evitar incurrir en gastos financieros excesivos debido a problemas de salud.

Lograr la cobertura sanitaria universal, un objetivo establecido en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU para el año 2030, implica que todas las personas y comunidades tengan acceso a los servicios de salud que necesitan sin enfrentar dificultades financieras para costearlos. Como subraya la Organización Mundial de la Salud (OMS), este derecho abarca desde la promoción y prevención de la salud hasta la atención paliativa, incluyendo el tratamiento y la rehabilitación.

#### **1.3.1.3. El camino hacia la cobertura sanitaria universal**

La búsqueda de la seguridad y la extensión de la cobertura universal representan metas fundamentales de la Organización Mundial de la Salud (OMS) desde su fundación en 1948. A lo largo de los años, se han tomado medidas significativas con el propósito de alcanzar estos objetivos. Según la OMS, se han identificado diversas estrategias para lograrlos, que incluyen:

- Reforzar los sistemas de atención médica en todos los países.
- Establecer bases financieras sólidas, ya que, de lo contrario, tanto las personas de bajos recursos como las de mayores ingresos podrían enfrentar dificultades económicas en situaciones de enfermedades graves o prolongadas, según lo indicado por la Organización Mundial de la Salud.
- Asegurar la presencia de personal de atención médica competente y suficiente.
- Garantizar una distribución equitativa de este personal, proporcionándoles el respaldo necesario y condiciones laborales dignas.
- Mejorar los métodos de financiación y gestión de los servicios de salud.
- Desarrollar políticas apropiadas que fomenten el logro de todos estos objetivos.

No obstante, la crisis sanitaria reveló las deficiencias de las naciones en su capacidad para afrontar situaciones de emergencia. Los gobiernos evidenciaron falencias al establecer un sistema de respuesta, coordinarse mutuamente, financiar los servicios de salud y asegurar la disponibilidad de medicamentos y, por último, de vacunas.

#### **1.3.1.4. Un paso atrás, dos hacia delante**

A pesar de los obstáculos que ha presentado la pandemia de COVID-19, varios países están avanzando hacia la protección de la salud y el bienestar de sus ciudadanos. En el continente africano, se han logrado avances significativos en lo que respecta a medidas de prevención sanitaria y prácticas de higiene.

Ana Cristina Gallego, quien ocupa el cargo de profesora de Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales y también desempeña funciones como secretaria en el Instituto Universitario de Estudios sobre América Latina (IEAL) de la Universidad de Sevilla, comenta: "Tras la crisis del ébola en la década anterior, los países africanos han intensificado significativamente sus esfuerzos para proporcionar atención médica básica". "Una de las medidas destacadas que se implementaron fue la educación en las escuelas, donde se instruyó a los niños sobre la importancia de lavarse las manos con regularidad y evitar el contacto con los difuntos. Esto ha demostrado ser muy efectivo, ya que mejorar la salud implica también la instalación de sistemas de saneamiento y la adopción de prácticas higiénicas"

En un mundo que ha dejado atrás la epidemia de ébola, pero ahora se encuentra inmerso en una pandemia global y se enfrenta diariamente a numerosas enfermedades y condiciones de salud, la apuesta por reforzar los sistemas de atención médica se presenta como una necesidad apremiante.

#### **1.3.1.5. Dimensiones de la Seguridad Sanitaria**

MINSA (2020) ha determinado 4 dimensiones para la seguridad sanitaria en tiempos de la pandemia Covid-19, entre los cuales tenemos:

**Dimensión Agente:** Según el MINSA (2020) en el Perú, distintos sectores se han ido reactivando y muchas personas han tenido la necesidad de volver a trabajar de manera presencial, exponiendo a contagiarse con mayor facilidad. Por tal motivo es necesario llevar un control y verificación del cumplimiento del protocolo diseñado para cada sector empresarial. Indicadores: Evaluación y control.

**Dimensión Ambiente:** La contaminación ambiental se ha convertido en la promoción de la pandemia, porque la propagación entre las personas a través del contacto con aerosoles representa la ruta de infección. Por la misma situación, se han tomado algunas medidas sociales para prevenir la propagación del virus: distancia social de 1 metro, uso de mascarillas y mascarillas de doble capa, desinfección del ambiente y objetos, etc. Indicadores: distanciamiento social y evitación del contacto entre personas

**Dimensión Huésped:** Debido a la misma condición del virus Covid-19, muchas personas han presentado síntomas, generando que se propague y ocasionando una pandemia mundial. La enfermedad presenta características peculiares que pone en alerta a muchas personas. Esta dimensión nos habla de aquellos individuos que son portadores del virus y que si están en contacto con otras personas podrían contagiarlas, por tal motivo, las empresas que están laborando de manera presencial han determinado por diseñar protocolos de seguridad para evitar el ingreso a personas que tengan síntomas. Indicadores: Aislamiento, formación, comunicación.

**Dimensión Desinfección:** La reactivación de muchos sectores y el regreso al trabajo presencial, pone en alerta a muchas empresas, que para evitar el contagio y disminuir el peligro del virus, ha creído conveniente aplicar acciones de limpieza y desinfección previo al inicio de labores y durante el desarrollo de estas. Indicador: Limpieza y desinfección.

### **1.3.2. Satisfacción del cliente**

En el contexto de Kotler y Armstrong (2012), la satisfacción se origina a partir de la valoración que ocurre después de adquirir un producto. En

consecuencia, la satisfacción del cliente se convierte en un factor fundamental para evaluar la calidad de un producto y constituye el fundamento para la durabilidad de la empresa, ya que afecta las decisiones relacionadas con las experiencias repetidas de los clientes. Esto tiene un efecto significativo en cuanto al servicio brindado y la recomendación boca a boca.

### **1.3.2.1. Importancia de medir la satisfacción del consumidor**

Entender al cliente y establecer conexiones son actividades esenciales que deben integrarse en la rutina diaria de una empresa. En última instancia, cada cliente aporta una abundante cantidad de información y pistas sobre sus intenciones, las cuales son fundamentales para obtener datos que impulsen el desarrollo de la empresa.

La conjunción de encuestas de evaluación junto con tácticas de marketing de contenido ha permitido a compañías como Bayer adquirir un profundo entendimiento de su público. Además, la empresa farmacéutica integró información analítica y empleó una plataforma de datos para analizar minuciosamente los diversos comportamientos de sus clientes, adaptando sus enfoques de manera personalizada y específica para cada individuo.

Las acciones implementadas condujeron a una disminución del 30% en gastos superfluos y un incremento del 50% en la presencia en las redes sociales.

Estas cifras evidencian la relevancia de comprender a la audiencia y su grado de satisfacción. Un consumidor contento tiende a ser leal en sus adquisiciones y recomienda la marca a su entorno.

En consecuencia, es esencial supervisar el nivel de satisfacción como un medio para retener a los clientes y, a largo plazo, convertirlos en defensores de la marca.

### **1.3.2.2. Métodos para medir la satisfacción del cliente**

Realizar encuestas de satisfacción constituye una eficaz estrategia para comprender el grado de satisfacción y las expectativas de la audiencia específica. Al abordar tanto los aspectos favorables como desfavorables de la marca, se puede orientar las decisiones a tomar en una dirección beneficiosa.

Existen diversas alternativas de métodos de encuestas de satisfacción que se pueden aplicar en sus estrategias comerciales. A continuación, le presentamos algunos de ellos:

#### **a. Net Promoter Score (NPS)**

Diseñada por el ciudadano estadounidense Fred Reichheld, la encuesta del NPS se elabora con el propósito de evaluar el nivel de satisfacción de los consumidores de cualquier compañía o marca, sin importar su envergadura. La estructura del Net Promoter Score involucra una serie de preguntas fundamentales, normalmente utilizando una escala de calificación que va de 0 a 10, lo que facilita diversos análisis y desarrollos significativos.

Por ejemplo, al plantear la pregunta: "En una escala del 0 al 10, ¿Qué tan probable sería que recomiende esta empresa a un amigo o colega?", se puede obtener una comprensión evidente del grado de satisfacción o insatisfacción del cliente con respecto a la empresa.

Cuando se diseña el cuestionario, se puede incluir la opción de permitir justificaciones. De esta manera, el encuestado tiene la oportunidad de explicar lo que le complace o desagrada, lo que a su vez proporciona al gerente información cualitativa relevante.

El examen de la encuesta posibilita la categorización de los clientes según su grado de contento. La compilación de los resultados asiste al director en tomar conciencia de la eficacia de su marca, actuando para rectificar las deficiencias y aprovechar las posibilidades.

#### **b. Formularios**

Los cuestionarios representan uno de los enfoques más convencionales para recopilar opiniones de clientes sobre su satisfacción y se pueden utilizar de manera versátil, ya sea a través de correo electrónico, llamadas telefónicas, interacciones en persona o plataformas de redes sociales

Cuando se diseña el cuestionario, es esencial prestar especial atención a las cuestiones planteadas, ya que deben ofrecer una visión general de la perspectiva del cliente. Es crucial que las preguntas sean lo más objetivas posible para evitar posibles errores en la investigación. Además, incluir un espacio para comentarios y sugerencias puede contribuir a destacar aspectos específicos de aprobación o desaprobación

El truco para los cuestionarios radica en enfocarse en los aspectos críticos que se desean analizar de manera más detallada. Por lo tanto, es fundamental pensar cuidadosamente en el formato de la encuesta y evitar que sea excesivamente extensa.

### **c. Escala Likert**

Los cuestionarios de escala Likert resultan altamente atractivos para la evaluación de la satisfacción de los clientes, ya que implican solicitar al encuestado que emita opiniones positivas o negativas. Por ejemplo, una pregunta podría ser: ¿Qué opinión tiene usted acerca de los servicios ofrecidos por la empresa X?

- Totalmente en desacuerdo
- Parcialmente en desacuerdo
- No estoy de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo parcialmente
- Totalmente de acuerdo

De esta manera, resulta más sencillo distinguir entre los consumidores que muestran afinidad por la empresa y aquellos que no han tenido una experiencia satisfactoria. En contraste, el uso de la escala Likert en la investigación puede generar frustración en aquellos que requieren información

específica sobre el negocio, ya que los términos "total" y "parcialmente" pueden dar lugar a un análisis de datos subjetivo.

### **1.3.2.3. Pilares de la Satisfacción del cliente**

No es sorprendente que el modo en que los consumidores se comportan haya experimentado un cambio permanente. En la actualidad, los clientes participan en una variedad de canales, y es crucial que las empresas proporcionen una experiencia de alta calidad en todas las interacciones y actividades.

Dentro de esta situación, Think With Google presentó tres fundamentos que tienen el potencial de afectar la satisfacción del cliente con una marca, los cuales son:

#### **a. Velocidad**

Satisfacer las expectativas del consumidor representa un reto, especialmente en un entorno caracterizado por avances tecnológicos constantes. Esto se debe a que, en la era digital, donde la gratificación es instantánea, los consumidores tienden a ser menos pacientes. De hecho, según una encuesta de Google, el 53% de los usuarios optan por abandonar las páginas web que no se cargan en tres segundos o menos.

En consecuencia, la velocidad de un sitio web puede ser un factor crucial para determinar si se logra complacer al público objetivo o no. Además, las empresas deben priorizar proporcionar una experiencia veloz y sin obstáculos en todos los canales, tanto en línea como fuera de línea.

#### **b. Proximidad**

Conectar con el público a través de experiencias personalizadas produce efectos beneficiosos en los resultados de una empresa. Un ejemplo de esto es Maybelline, que implementó una estrategia innovadora al lanzar su línea de productos para el contorno facial. Antes de iniciar las ventas, la marca publicó en YouTube tutoriales de maquillaje adaptados a las características

demográficas y las intenciones del público objetivo. Esta iniciativa generó más de 9 millones de visitas.

La cercanía con el público es la clave para que las marcas causen un impacto positivo en sus audiencias. Es esencial considerar la personalización no solo como una característica, sino como una estrategia fundamental. Para lograrlo, resulta crucial observar las señales que emite el consumidor, comprender sus patrones de navegación en línea y moldear experiencias en consecuencia.

### **c. Presencia**

Si deseas proporcionar satisfacción a tu cliente, no tiene sentido limitarte a impactarlos a través de un único medio, canal o dispositivo. Es esencial que la empresa se muestre activa en todos los canales de comunicación disponibles, asegurando que las experiencias sean uniformes y conversacionales.

Para atender esta necesidad, surgen conceptos como el enfoque omnicanal. Esta estrategia busca conectar diversos canales de comunicación, tanto en línea como fuera de línea, con el propósito de fortalecer la relación con el cliente y ofrecer una experiencia completamente integrada. De esta manera, el cliente podría, por ejemplo, descubrir un producto en línea y completar la compra en una tienda física.

No obstante, es crucial que los canales seleccionados por la empresa compartan un lenguaje común, a fin de lograr coherencia en las acciones y evitar discrepancias en los mensajes.

#### **1.3.2.4. Dimensiones de satisfacción del cliente**

De acuerdo con Kotler y Armstrong (2012) la satisfacción del cliente se divide en tres elementos:

**Rendimiento percibido:** mientras el servicio o los bienes de consumo cumplan su función, el impacto en el rendimiento difícilmente puede ignorarse

en algunas situaciones, como el aprendizaje que subyace al nuevo producto. Indicadores: Percepción del cliente, recomendación y permanencia.

**Las expectativas:** Las expectativas conducen a variables importantes, como la satisfacción del cliente, que pueden medir el resultado de un producto o servicio y deben tenerse en cuenta durante todo el proceso de gestión del servicio. Indicadores: Experiencia de compra

**Grado de satisfacción:** La lealtad de los usuarios se puede segmentar en "clientes insatisfechos, insatisfechos y totalmente satisfechos". Una leve disminución de la satisfacción conducirá a una disminución significativa de la lealtad. Indicadores: Satisfacción, Insatisfacción.

#### **1.4. Formulación del problema**

##### **1.4.1. Problema general**

¿Qué relación existe entre seguridad sanitaria y satisfacción del cliente en tiempos de Covid19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021?

##### **1.4.2. Problemas específicos**

¿Cuál es el nivel de seguridad sanitaria en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021?

¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente, en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021?

¿De qué manera se valida la relación de la seguridad sanitaria y satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021?

#### **1.5. Justificación e importancia del estudio**

El estudio es importante porque se ha detectado que en los supermercados de Ferreñafe, los siguientes problemas: la venta de alimentos en mal estado que afectan la salud de los consumidores, la aglomeración de

personas y que no respetan la distancia social establecida y; la inadecuada higiene en los supermercados. Igualmente es importante para recomendar la solución así el presente trabajo permitirá demostrar si la seguridad sanitaria influye en la satisfacción de los clientes.

Bernal (2010) señala que existen 3 tipos de justificación:

#### **1.5.1. Justificación teórica**

El estudio tiene aporte teórico, ya que se tomaron investigaciones que se encuentran relacionadas con Seguridad sanitaria y satisfacción del cliente. Por otro lado, se realizará una discusión de resultados, que va a permitir contrastar las teorías con una realidad concreta.

#### **1.5.2. Justificación metodológica**

El estudio tendrá sustento metodológico, porque se utilizará un método de tipo descriptivo que permitirá explicar los diferentes problemas que presentan los supermercados de la ciudad de Ferreñafe. Asimismo, será de tipo correlacional, porque permitirá identificar la influencia entre las variables.

#### **1.5.3. Justificación práctica**

El resultado permitirá buscar soluciones concretas a las dificultades presentadas en los supermercados de la ciudad de Ferreñafe en relación a la seguridad sanitaria y que inciden en la satisfacción del cliente. Con tales resultados, se propondrá diseñar estrategias que permitan mejorar la seguridad sanitaria y la satisfacción del cliente.

### **1.6. Hipótesis**

H0: La seguridad sanitaria no se relaciona con la satisfacción del cliente en los supermercados de Ferreñafe – 2021.

H1: La seguridad sanitaria si se relaciona con la satisfacción del cliente en los supermercados de Ferreñafe – 2021.

## **1.7. Objetivos**

### **1.7.1. Objetivo General**

Determinar la relación entre la seguridad sanitaria y satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.

### **1.7.2. Objetivos específicos**

Analizar el nivel de seguridad sanitaria en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.

Diagnosticar el nivel de satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.

Diseñar estrategias que permitan incrementar la satisfacción del cliente mejorando la seguridad sanitaria en los supermercados de Ferreñafe – 2021.

## II. MATERIAL Y MÉTODO

### 2.1. Tipo y diseño de investigación

#### 2.1.1. Tipo de investigación

Un estudio descriptivo tiene como objetivo identificar atributos de personas u otros fenómenos que no se han abordado o no se han abordado. Los estudios de correlación, en cambio, son un tipo de estudio orientado a evaluar las relaciones que existen entre variables. (Hernández et al., 2003).

La presente investigación es descriptiva, porque se pretende recolectar información de las variables (Seguridad sanitaria y satisfacción del cliente) a partir de sus dimensiones e indicadores y determinar su comportamiento en los supermercados de Ferreñafe

La investigación adopta un enfoque correlacional con el propósito de descubrir la conexión existente entre las dos variables de interés.

#### 2.1.2. Diseño de investigación

Un diseño es experimental cuando las variables se realizan sin manipulación intencional y los fenómenos se observan y analizan solo en el medio natural. En un diseño no transversal donde los datos se recopilan uno a la vez y a la vez, el objetivo es describir las variables. (Hernández et al., 2003).

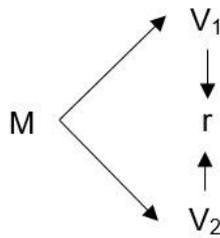
La investigación es de tipo no experimental, lo que significa que no se realizará una manipulación deliberada de las variables de estudio, que incluyen la seguridad sanitaria y la satisfacción del cliente.

Diseño transversal, porque el propósito de la investigación es recolectar la información en un tiempo único.

#### **Enfoque cuantitativo**

El enfoque de la investigación será de naturaleza cuantitativa, ya que implicará la recopilación y el análisis de datos numéricos relacionados con las variables de interés.

## Esquema de diseño



### En donde:

M = Muestra de clientes de los supermercados de Ferreñafe

r = Correlación

V<sub>1</sub> = Seguridad Sanitaria

V<sub>2</sub> = Satisfacción del cliente

## 2.2. Población y muestra

### 2.2.1. Población

Está formada por todos los elementos, entidades u objetos que contienen las características, medidas u observaciones necesarias para un estudio. (Hernández et al., 2003).

La población estará conformada por 130 clientes del supermercado Precio Uno y 30 clientes del supermercado El Súper; siendo un total de 160 clientes.

### 2.2.2. Muestra

Las muestras son subgrupos de conjuntos de objetivos que deben recopilar datos y estar definidos o predeterminados con precisión. (Hernández et al., 2003).

- a. El tamaño de la muestra para el supermercado Precio Uno se estimó utilizando la fórmula:

$$n = \frac{z^2 (p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2 (p \cdot q)}{N}}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

z = Nivel de confianza

p = proporción de la población

q = posibilidad de fracaso

e = Nivel de error

N = Tamaño de la población

La cantidad de personas en la muestra consiste en 98 compradores que frecuentan el supermercado Precio Uno.

- b. El tamaño de la muestra para el supermercado El Súper se estimó de la siguiente manera;

Debido a que la población es igual o menor que 100, se considerará la misma cantidad para la muestra, por lo que no será necesario aplicar la fórmula. Así pues, la muestra consta de 30 clientes de la tienda "El Súper"

Se empleará un muestreo aleatorio ya que cada individuo del grupo de muestra posee la misma posibilidad de ser elegido.

## **2.3. Variable, Operacionalización**

### **2.3.1. Variable independiente: Seguridad Sanitaria**

**Definición Conceptual.** La Organización Mundial de la Salud (2017) define la estabilidad sanitaria como un grupo de ocupaciones activas y pasivas que son críticas para minimizar la vulnerabilidad a la salud pública aguda Ponerla en riesgo. Según diferentes áreas geográficas y a través de fronteras internacionales.

**Definición Operacional.** Se operacionaliza en 4 dimensiones: agente, ambiente, huésped y desinfección.

### **2.3.2. Variable dependiente: Satisfacción del cliente**

**Definición conceptual.** Kotler y Armstrong (2012), la satisfacción se origina a partir de la valoración que ocurre después de adquirir un producto. En consecuencia, la satisfacción del cliente se convierte en un factor fundamental para evaluar la calidad de un producto y constituye el fundamento para la durabilidad de la empresa, ya que afecta las decisiones relacionadas con las experiencias repetidas de los clientes.

**Definición Operacional.** Se operacionaliza en 3 dimensiones: Rendimiento percibido, expectativas y nivel de satisfacción.

**Tabla 1**

**Operacionalización de la Variable independiente: Seguridad Sanitaria**

Variable	Dimensiones	Indicadores	Item	Técnica e instrumento
V1: Seguridad Sanitaria	Agente	Evaluación y control	¿Considera que los supermercados de Ferreñafe controlan que los clientes ingresen con doble mascarilla o protector facial?	Técnica: Encuesta  Instrumento: Cuestionario
			¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe controlan la temperatura al ingresar un cliente? ¿Al realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe, considera que se respeta el distanciamiento social obligatorio?	
	Ambiente	Distanciamiento social	¿Considera que existe una aglomeración de personas en los supermercados de Ferreñafe?	
			¿Los supermercados de Ferreñafe controlan que no exista contacto físico entre clientes y colaboradores?	
			¿Considera que los supermercados de Ferreñafe, cuando detectan un caso presuntivo de covid-19, respetan la medida de aislamiento?	
	Huésped	Formación	¿En los supermercados de Ferreñafe se han detectado casos de formación del virus Covid-19 en clientes o colaboradores?	
		Comunicación	¿Los supermercados de Ferreñafe comunican a sus clientes sobre casos detectados y cierran sus establecimientos por un periodo determinado? ¿Los supermercados de Ferreñafe realizan una limpieza adecuada a sus ambientes?	
Desinfección	Limpieza y desinfección	¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe se realiza una adecuada protección y desinfección de objetos y alimentos?		

**Nota:** MINSA (2020). Protocolos de seguridad para supermercados en el Perú

**Tabla 2**

**Operacionalización de la Variable dependiente: Satisfacción del cliente**

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Técnica e instrumento
V2: Satisfacción del cliente	Rendimiento percibido	Percepción del cliente	¿Considera que los tiempos de espera en cola por pandemia en los supermercados de Ferreñafe es el adecuado?	Técnica: Encuesta  Instrumento: Cuestionario
		Recomendación y permanencia	¿Considera que los colaboradores de los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia, mantienen una adecuada protección? ¿Qué posibilidad existe de que recomiende a sus familiares o conocidos que asistan a realizar sus comprar en los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia?	
	Expectativa	Experiencia de compra	¿Permanecería Ud. como cliente fiel de los supermercados de Ferreñafe? ¿Considera que la calidad de servicio en los supermercados de Ferreñafe, es la adecuada?	
		Nivel de satisfacción	Satisfacción /Insatisfacción	

**Nota:** Kotler y Armstrong (2012). Fundamentos de marketing

## **2.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.4.1. Técnica**

La encuesta se utiliza para recolectar información relevante en una investigación. (Hernández et al., 2003).

Se llevó a cabo una encuesta dirigida a los clientes habituales de los supermercados en Ferreñafe.

### **2.4.2. Instrumento**

Un cuestionario es una agrupación de preguntas para medir las variables en estudio. (Hernández et al., 2003).

Se empleó un cuestionario compuesto por diversas preguntas destinadas a recopilar información esencial sobre las variables en estudio, según Hernández et al. (2003).

### **2.4.3. Validez**

La validez de la encuesta se dio antes de su ejecución y se realizó a través de la aprobación de tres expertos en el área.

### **2.4.4. Confiabilidad**

Para evaluar la correlación entre los ítems y la confiabilidad del cuestionario, se recurrió al coeficiente Alfa de Cronbach.

## **2.5. Procedimiento de análisis de datos**

Se hizo uso de la herramienta estadística SPSS versión 25, con la que se generaron tablas de frecuencia, representaciones gráficas y análisis porcentuales, facilitando así la interpretación de los datos obtenidos.

## 2.6. Criterios éticos

**Respeto por las personas.** Los consumidores de los supermercados en Ferreñafe fueron considerados como individuos autónomos y dispuestos a participar por decisión propia.

**Beneficencia.** Se llevó a cabo un estudio de los pros y contras para los consumidores de estos supermercados, garantizando un balance positivo entre los riesgos y beneficios para ellos.

**Justicia.** Los participantes del estudio no fueron seleccionados simplemente porque estuvieran al alcance o porque fueran fácilmente reclutables debido a su situación.

## 2.7. Criterios de Rigor científicos

Guba (1983) sugiere cuatro criterios fundamentales de carácter científico:

**Credibilidad.** Se apoya en los siguientes aspectos:

- Evaluación por expertos del método de investigación utilizado.
- Estimación valorativa de los datos derivados del instrumento aplicado.
- Desarrollo de la triangulación como un proceso de contratación de método, instrumento y datos.

**Transferibilidad.** En la presente investigación se detalló el resultado obtenido del cuestionario en relación a los participantes e investigadores. Al finalizar el informe, se entregará una copia del estudio a los supermercados de Ferreñafe.

**Dependencia.** Uno de los aspectos centrales fue la habilidad para adaptarse continuamente, ya que se tomaron en cuenta las variaciones en el contexto estudiado.

**Confirmabilidad.** Se aplicó en el estudio de los resultados correspondientes a la investigación en tres niveles (Internacionales, nacionales y locales) que tienen relación con las variables.

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Resultados en tablas y figuras

##### Objetivo General

Determinar la relación entre la seguridad sanitaria y satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.

**Tabla 3**

**Nivel de relación entre seguridad sanitaria y satisfacción del cliente en los supermercados de Ferreñafe – 2021.**

		Correlaciones	
		VI	VD
VI	Correlación de Pearson	1	,254*
	Sig. (bilateral)		,019
	N	100	100
VD	Correlación de Pearson	,254*	1
	Sig. (bilateral)	,019	
	N	100	100

**Nota:** La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

La tabla 4 indica un Coeficiente de Pearson de 0.254, lo que sugiere una correlación positiva. Con un valor p menor a 0.05, se puede inferir que se acepta H1: Hay una relación entre la seguridad sanitaria y la satisfacción del cliente en los supermercados de Ferreñafe en 2021.

## Objetivos Específicos

1. Analizar el nivel de seguridad sanitaria en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.

Resultados de la encuesta aplicada al supermercado “Precio Uno”

**Tabla 4**

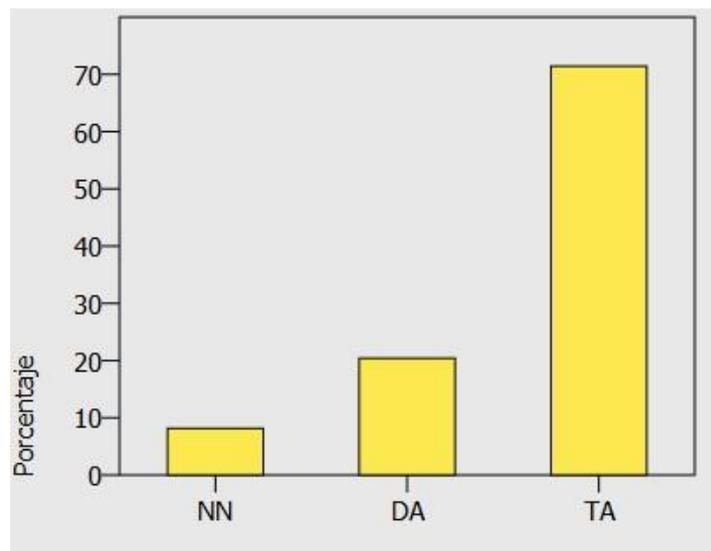
**¿Considera que los supermercados de Ferreñafe controlan que los clientes ingresen con doble mascarilla o protector facial?**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	8	8.16
De acuerdo	20	20.41
Totalmente de acuerdo	70	71.43
Total	98	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad Sanitaria

Figura 1

¿Considera que los supermercados de Ferreñafe controlan que los clientes ingresen con doble mascarilla o protector facial?



**Nota.** De los 98 clientes encuestados, el 71.43 % respondió que están totalmente de acuerdo que en el Supermercado Precio Uno controlan que los clientes ingresen con

doble mascarilla o protector facial, el 20.41 % respondió que están de acuerdo y el 8.16 % están totalmente en desacuerdo. Obtenido de la Tabla 4.

**Tabla 5**

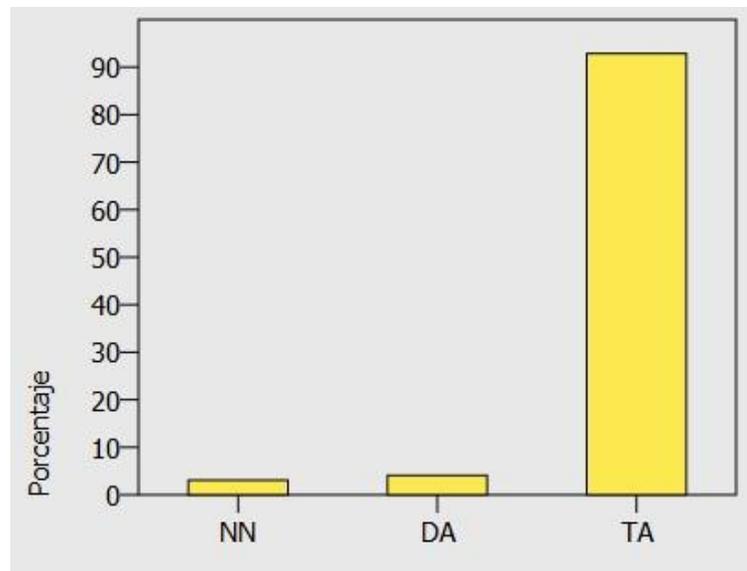
**¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe controlan la temperatura al ingresar un cliente?**

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	3	3.06
De acuerdo	4	4.08
Totalmente de acuerdo	91	92.86
Total	98	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad Sanitaria

Figura 2

¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe controlan la temperatura al ingresar un cliente?



**Nota.** De los 98 clientes encuestados, el 92.86 % respondió que están totalmente de acuerdo que en el Supermercado Precio Uno controlan la temperatura al ingresar un cliente y el 4.08 % respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 4.

**Tabla 6**

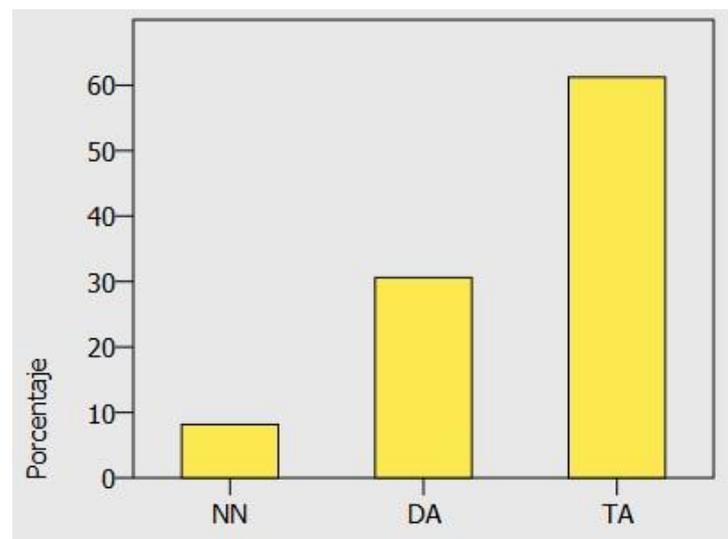
**¿Al realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe, considera que se respeta el distanciamiento social obligatorio?**

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	8.16
De acuerdo	30	30.61
Totalmente de acuerdo	60	61.22
Total	98	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad Sanitaria

**Figura 3**

¿Al realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe, considera que se respeta el distanciamiento social obligatorio?



**Nota.** De los 98 clientes encuestados, el 61.22 % respondió que están totalmente de acuerdo que en el Supermercado Precio Uno se respeta el distanciamiento social obligatorio y el 30.61 % respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 6.

**Tabla 7**

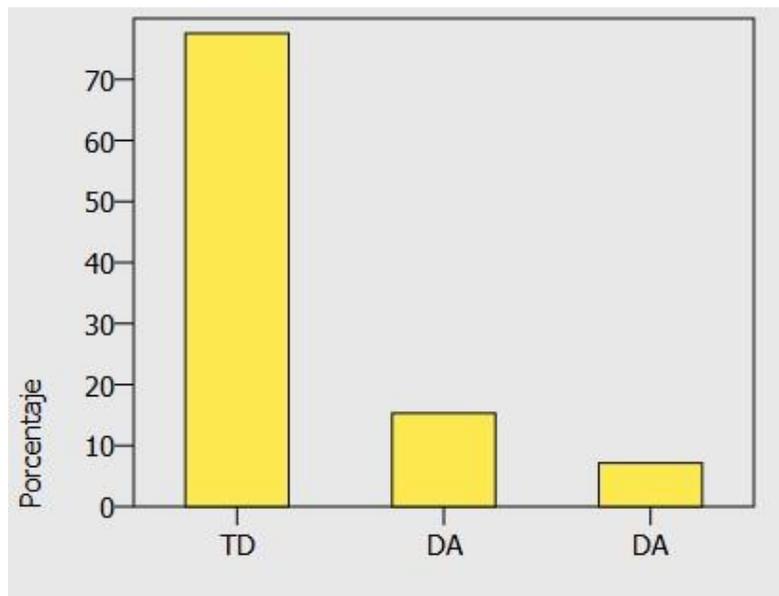
**¿Considera que existe una aglomeración de personas en los supermercados de Ferreñafe?**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	76	77.55
En desacuerdo	15	15.31
De acuerdo	7	7.14
Total	98	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad Sanitaria

**Figura 4**

¿Considera que existe una aglomeración de personas en los supermercados de Ferreñafe?



**Nota.** De los 98 clientes encuestados, el 77.55 % respondió que están totalmente en desacuerdo que en el Supermercado Precio Uno existe una aglomeración de personas, el 15.31 % respondió que están de acuerdo y el 7.14 % totalmente de acuerdo. Obtenido de la Tabla 7.

**Tabla 8**

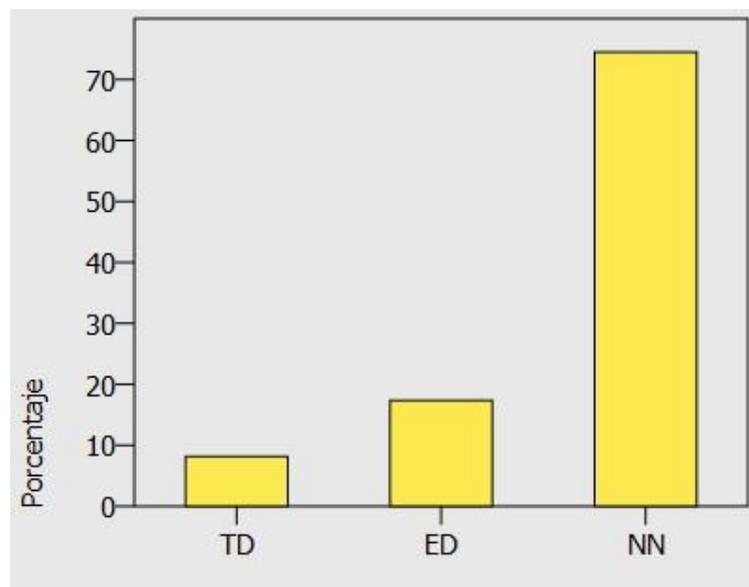
**¿Los supermercados de Ferreñafe controlan que no exista contacto físico entre clientes y colaboradores?**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	8	8.16
En desacuerdo	17	17.35
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	73	74.49
Total	98	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad Sanitaria

**Figura 5**

**¿Los supermercados de Ferreñafe controlan que no exista contacto físico entre clientes y colaboradores?**



**Nota.** De los 98 clientes encuestados, el 74.49 % respondió que están ni de acuerdo ni en desacuerdo que en el Supermercado Precio Uno controlan que no exista contacto físico entre clientes y colaboradores, el 17.35 % respondió que están en desacuerdo y el 8.16% totalmente en desacuerdo. Obtenido de la Tabla 8.

**Tabla 9**

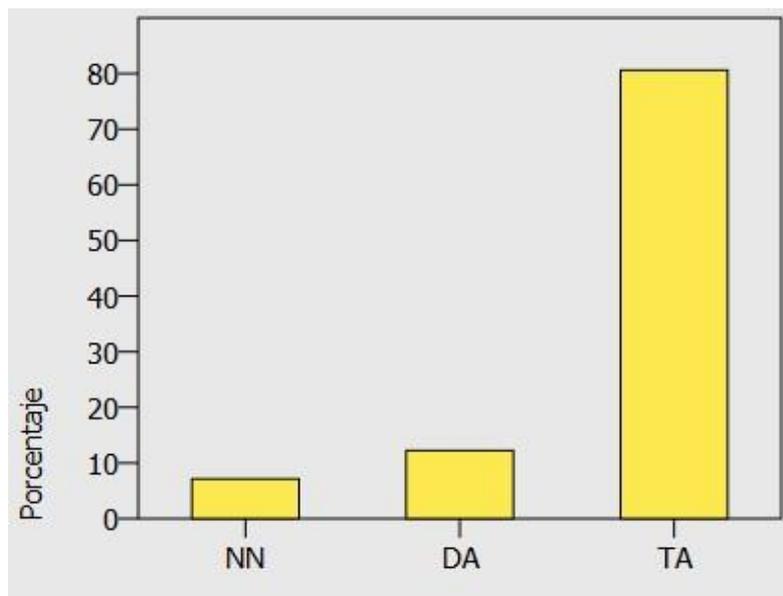
**¿Considera que los supermercados de Ferreñafe, cuando detectan un caso presuntivo de Covid-19, respetan la medida de aislamiento?**

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	7.14
De acuerdo	12	12.24
Totalmente de acuerdo	79	80.61
Total	98	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad Sanitaria

**Figura 6**

¿Considera que los supermercados de Ferreñafe, cuando detectan un caso presuntivo de Covid-19, respetan la medida de aislamiento?



**Nota.** De los 98 clientes encuestados, el 80.61 % respondió que están totalmente de acuerdo que en el Supermercado Precio Uno controlan respetan la medida de aislamiento ante un caso presuntivo de Covid-19 y el 12.24 % respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 9.

**Tabla 10**

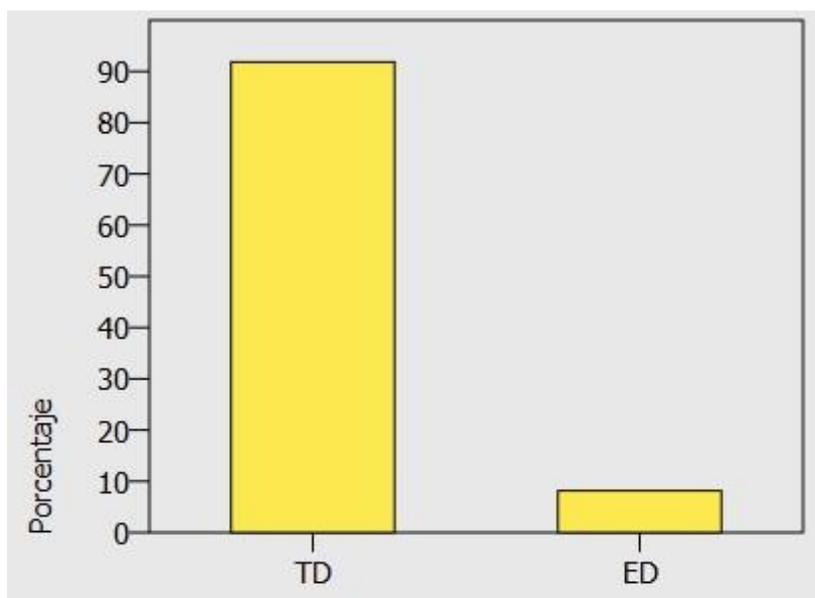
**¿En los supermercados de Ferreñafe se han detectado casos de formación del virus Covid-19 en clientes o colaboradores?**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	90	91.84
En desacuerdo	8	8.16
Total	98	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad Sanitaria

Figura 7

¿En los supermercados de Ferreñafe se han detectado casos de formación del virus Covid-19 en clientes o colaboradores?



**Nota.** De los 98 clientes encuestados, el 91.84 % respondió que están totalmente en desacuerdo que en el Supermercado Precio Uno se hayan detectado casos de Covid-19 en clientes o colaboradores y el 8.16% respondió que están en desacuerdo. Obtenido de la Tabla 10.

**Tabla 11**

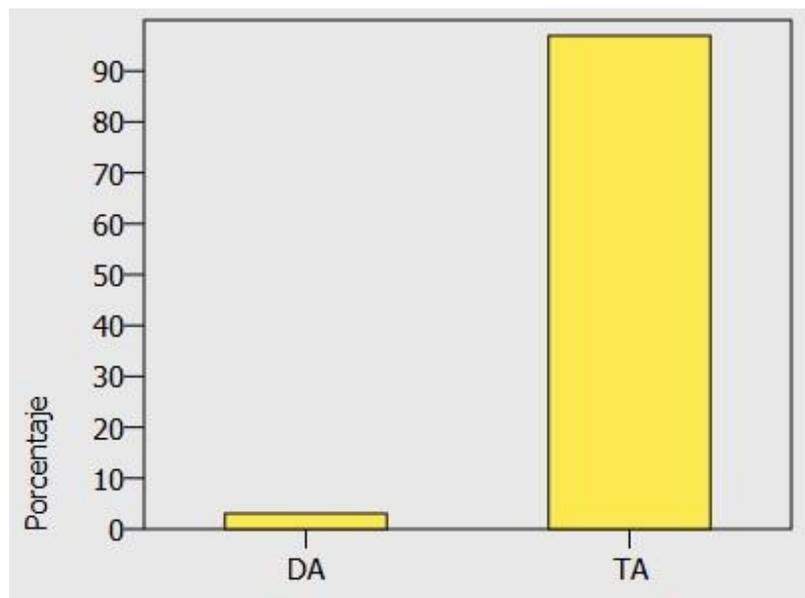
**¿Los supermercados de Ferreñafe comunican a sus clientes sobre casos detectados y cierran sus establecimientos por un periodo determinado?**

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	3	3.06
Totalmente de acuerdo	95	96.94
Total	98	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad Sanitaria

**Figura 8**

¿Los supermercados de Ferreñafe comunican a sus clientes sobre casos detectados y cierran sus establecimientos por un periodo determinado?



**Nota.** De los 98 clientes encuestados, el 96.94 % respondió que están totalmente de acuerdo que en el Supermercado Precio Uno comunica a sus clientes sobre casos detectados de Covid-19 y el 3.06% respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 11.

**Tabla 12**

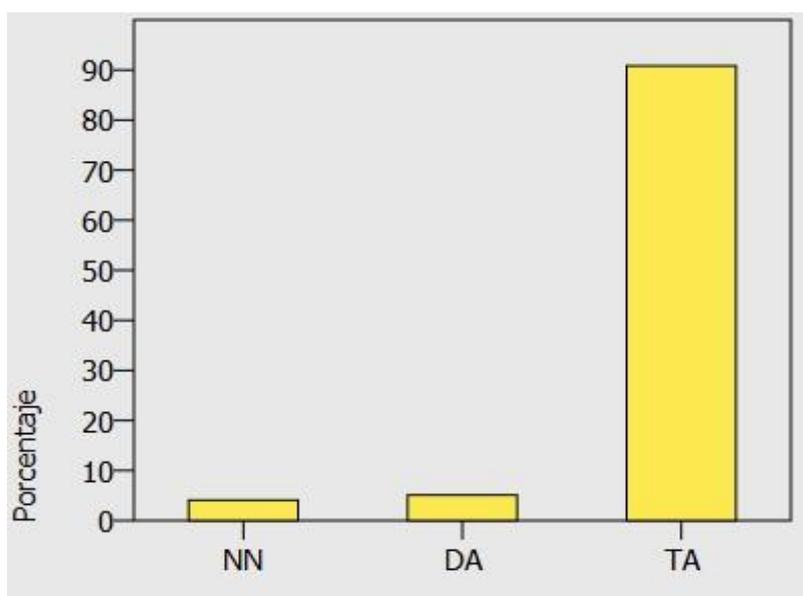
**¿Los supermercados de Ferreñafe realizan una limpieza adecuada a sus ambientes?**

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	4.08
De acuerdo	5	5.10
Totalmente de acuerdo	89	90.82
Total	98	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad Sanitaria

**Figura 9**

¿Los supermercados de Ferreñafe realizan una limpieza adecuada a sus ambientes?



**Nota.** De los 98 clientes encuestados, el 90.82 % respondió que están totalmente de acuerdo que en el Supermercado Precio Uno realiza limpieza adecuada a sus ambientes y 5.10 % respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 12.

**Tabla 13**

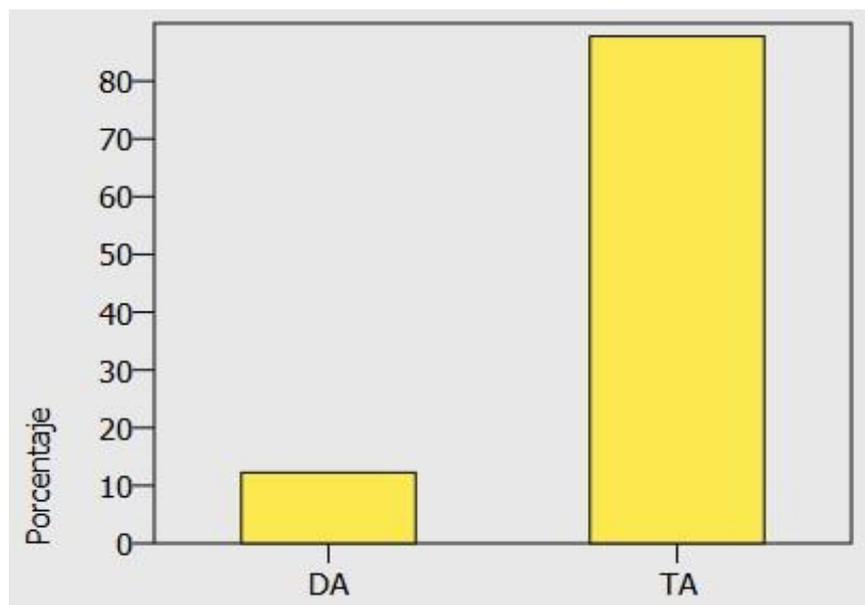
**¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe se realiza una adecuada protección y desinfección de objetos y alimentos?**

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	12	12.24
Totalmente de acuerdo	86	87.76
Total	98	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad Sanitaria

**Figura 10**

¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe se realiza una adecuada protección y desinfección de objetos y alimentos?



**Nota.** De los 98 clientes encuestados, el 87.76 % respondió que están totalmente de acuerdo que en el Supermercado Precio Uno realizan una adecuada protección y desinfección de objetos y alimentos y 12.24 % respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 13.

2. Diagnosticar el nivel de satisfacción del cliente en tiempos de Covid19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.

**Tabla 14**

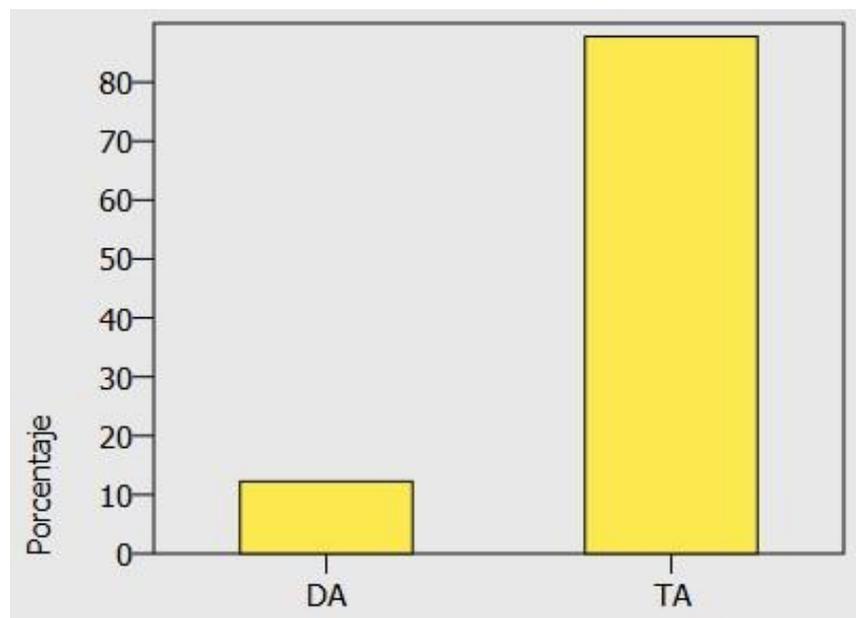
**¿Considera que los tiempos de espera en cola por pandemia en los supermercados de Ferreñafe es el adecuado?**

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	12	12.24
Totalmente de acuerdo	86	87.76
Total	98	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Satisfacción del cliente

Figura 11

¿Considera que los tiempos de espera en cola por pandemia en los supermercados de Ferreñafe es el adecuado?



**Nota.** De los 98 clientes encuestados, el 87.76 % respondió que están totalmente de acuerdo que en el Supermercado Precio Uno los tiempos de espera en cola por pandemia es el adecuado y 12.24 % respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 14.

**Tabla 15**

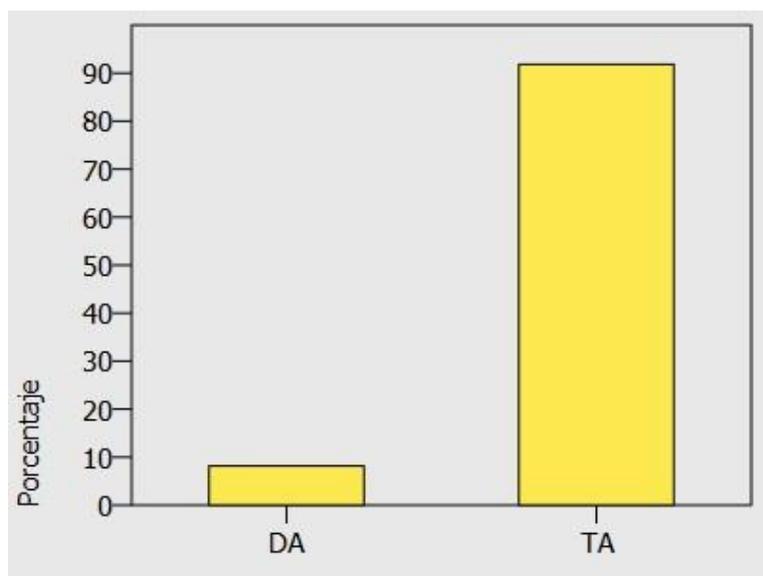
**¿Considera que los colaboradores de los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia, mantienen una adecuada protección?**

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	8	8.16
Totalmente de acuerdo	90	91.84
Total	98	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Satisfacción del cliente

**Figura 12**

¿Considera que los colaboradores de los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia, mantienen una adecuada protección?



**Nota.** De los 98 clientes encuestados, el 91.84 % respondió que están totalmente de acuerdo que en el Supermercado Precio los colaboradores mantienen una adecuada protección y 8.16 % respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 15.

**Tabla 16**

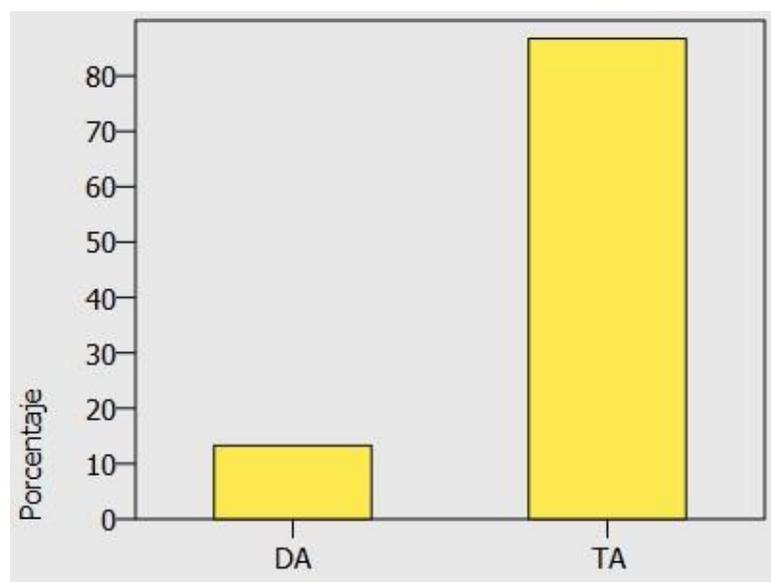
**¿Qué posibilidad existe de que recomiende a sus familiares o conocidos que asistan a realizar sus comprar en los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia?**

	Frecuencia	Porcentaje
	13	13.27
De acuerdo	85	86.73
Totalmente de acuerdo		
Total	98	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Satisfacción del cliente

**Figura 13**

¿Qué posibilidad existe de que recomiende a sus familiares o conocidos que asistan a realizar sus comprar en los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia?



**Nota.** De los 98 clientes encuestados, el 83.76 % respondió que están totalmente de acuerdo que si podrían recomendar al Supermercado Precio Uno a sus familiares para hagan sus compras y 13.27 % respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 16.

**Tabla 17**

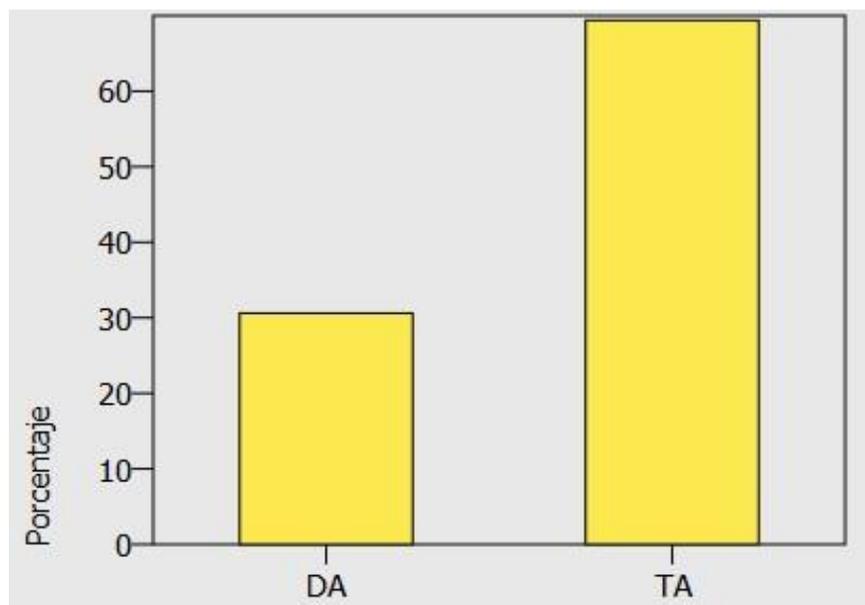
**¿Permanecería Ud. como cliente fiel de los supermercados de Ferreñafe?**

	Frecuencia	Porcentaje
	30	30.61
De acuerdo	68	69.39
Totalmente de acuerdo		
Total	98	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Satisfacción del cliente

**Figura 14**

¿Permanecería Ud. como cliente fiel de los supermercados de Ferreñafe?



**Nota.** De los 98 clientes encuestados, el 69.39 % respondió que están totalmente de acuerdo que sí permanecerían como cliente fiel del Supermercado Precio Uno y 30.61 % respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 17.

**Tabla 18**

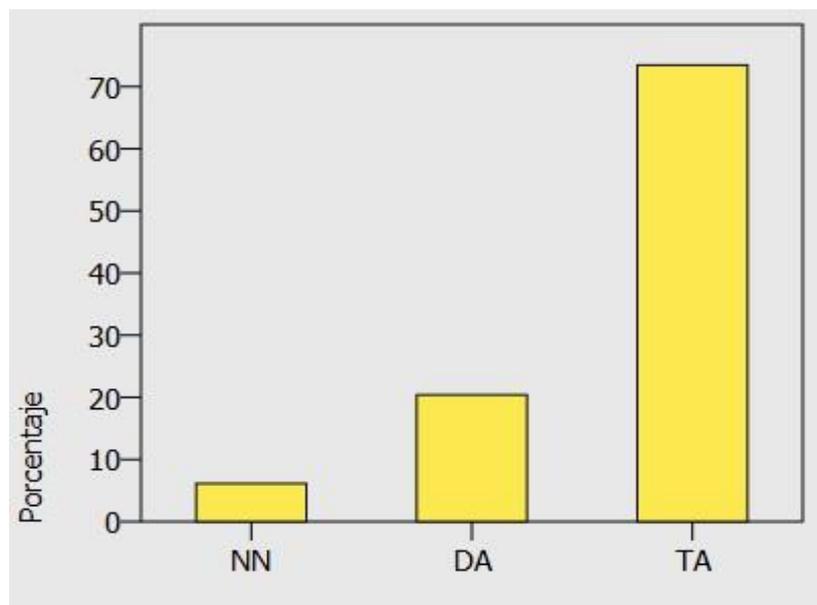
**¿Considera que la calidad de servicio en los supermercados de Ferreñafe, es la adecuada?**

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	6.12
De acuerdo	20	20.41
Totalmente de acuerdo	72	73.47
Total	98	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Satisfacción del cliente

**Figura 15**

¿Considera que la calidad de servicio en los supermercados de Ferreñafe, es la adecuada?



**Nota.** De los 98 clientes encuestados, el 73.47 % respondió que están totalmente de acuerdo que la calidad de servicio del Supermercado Precio Uno es la adecuada y 20.41 % respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 18.

**Tabla 19**

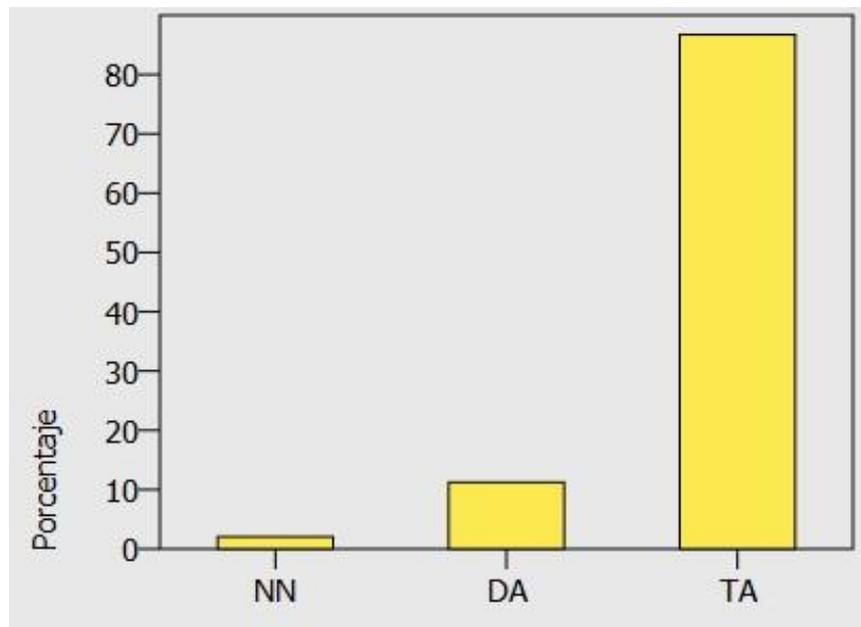
**¿Siente algún riesgo de infección al asistir a realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe?**

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	2.04
De acuerdo	11	11.22
Totalmente de acuerdo	85	86.73
Total	98	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Satisfacción del cliente

**Figura 16**

**¿Siente algún riesgo de infección al asistir a realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe?**



**Nota.** De los 98 clientes encuestados, el 86.73 % respondió que están totalmente de acuerdo que sienten algún riesgo de infección al asistir a realizar sus compras en el supermercado Precio Uno y 11.22 % respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 19

**Tabla 20**

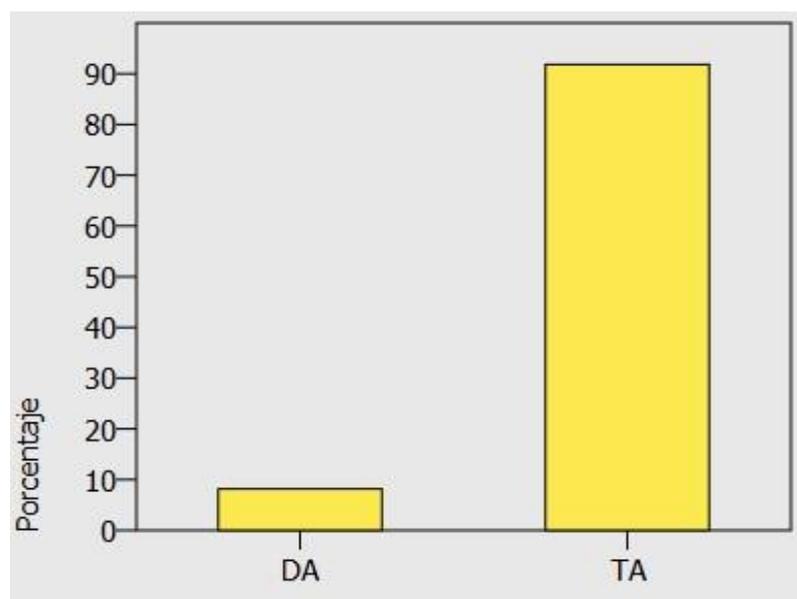
**¿Cuál es su nivel de satisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe?**

	Frecuencia	Porcentaje
	8	8.16
De acuerdo	90	91.84
Totalmente de acuerdo		
Total	98	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Satisfacción del cliente

**Figura 17**

¿Cuál es su nivel de satisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe?



**Nota.** De los 98 clientes encuestados, 91.84 % respondió que están totalmente de acuerdo que hay un nivel alto de satisfacción en cuanto al riesgo de infección en el supermercado Precio Uno y un 8.16 % respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 20.

**Tabla 21**

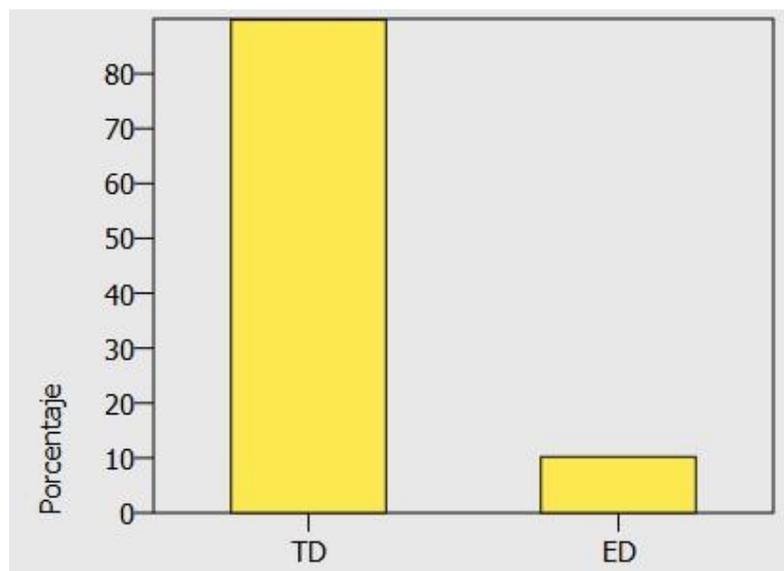
**¿Cuál es su nivel de insatisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe?**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	88	89.80
En desacuerdo	10	10.20
Total	98	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Satisfacción del cliente

**Figura 18**

**¿Cuál es su nivel de insatisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe?**



**Nota.** De los 98 clientes encuestados, el 89.80 % respondió que están totalmente en desacuerdo que hay un nivel bajo de satisfacción en cuanto al riesgo de infección en el supermercado Precio Uno y un 10.20 % respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 21.

1. Analizar el nivel de seguridad sanitaria en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.

Resultados de la encuesta aplicada al supermercado “El Súper”

**Tabla 22**

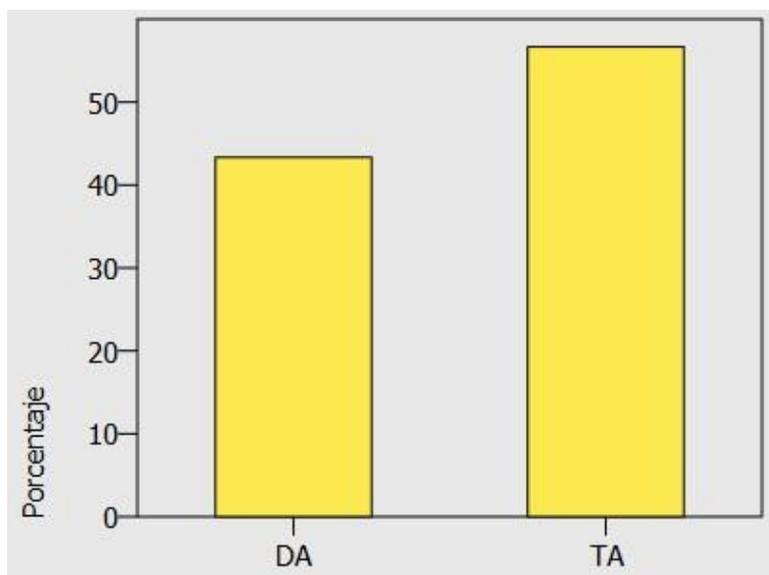
**¿Considera que los supermercados de Ferreñafe controlan que los clientes ingresen con doble mascarilla o protector facial?**

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	13	43.33
Totalmente de acuerdo	17	56.67
Total	30	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad sanitaria

Figura 19

¿Considera que los supermercados de Ferreñafe controlan que los clientes ingresen con doble mascarilla o protector facial?



**Nota.** De los 30 clientes encuestados, el 56.67 % respondió que están totalmente de acuerdo que el supermercado El Súper controla que los clientes ingresen con doble mascarilla o protector facial y un 43.33 % respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 22.

**Tabla 23**

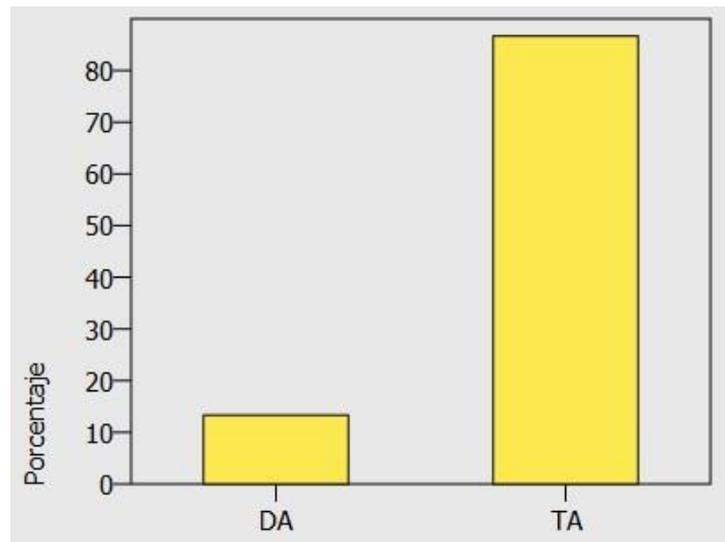
**¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe controlan la temperatura al ingresar un cliente?**

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	4	13.33
Totalmente de acuerdo	26	86.67
Total	30	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad sanitaria

**Figura 20**

¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe controlan la temperatura al ingresar un cliente?



**Nota.** De los 30 clientes encuestados, el 86.67 % respondió que están totalmente de acuerdo que el supermercado El Súper controla la temperatura al ingresar un cliente y un 13.33 % respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 23.

**Tabla 24**

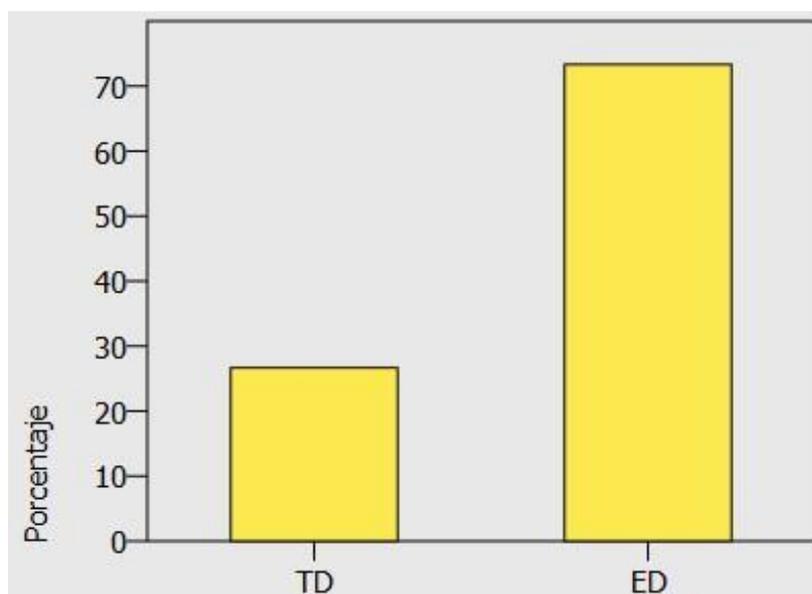
**¿Al realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe, considera que se respeta el distanciamiento social obligatorio?**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	8	26.67
En desacuerdo	22	73.33
Total	30	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad sanitaria

**Figura 21**

¿Al realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe, considera que se respeta el distanciamiento social obligatorio?



**Nota.** De los 30 clientes encuestados, el 73.33 % respondió que están en desacuerdo que el supermercado El Súper respeta el distanciamiento social obligatorio y un 26.67 % respondió que están totalmente en desacuerdo. Obtenido de la Tabla 24.

**Tabla 25**

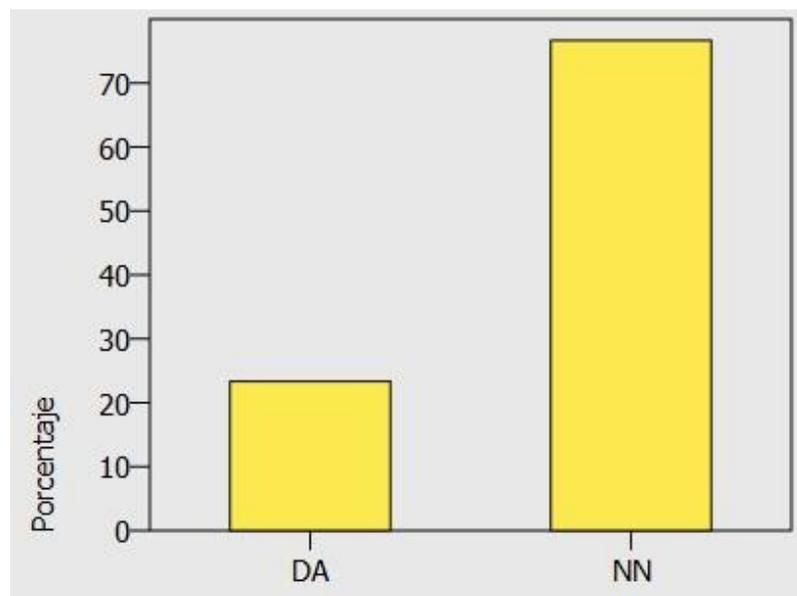
**¿Considera que existe una aglomeración de personas en los supermercados de Ferreñafe?**

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	7	23.33
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	23	76.67
Total	30	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad sanitaria

**Figura 22**

¿Considera que existe una aglomeración de personas en los supermercados de Ferreñafe?



**Nota.** De los 30 clientes encuestados, el 76.67 % respondió que están ni de acuerdo ni en desacuerdo que el supermercado El Súper existe aglomeración de personas y un 23.33 % respondió que están en desacuerdo. Obtenido de la Tabla 25.

**Tabla 26**

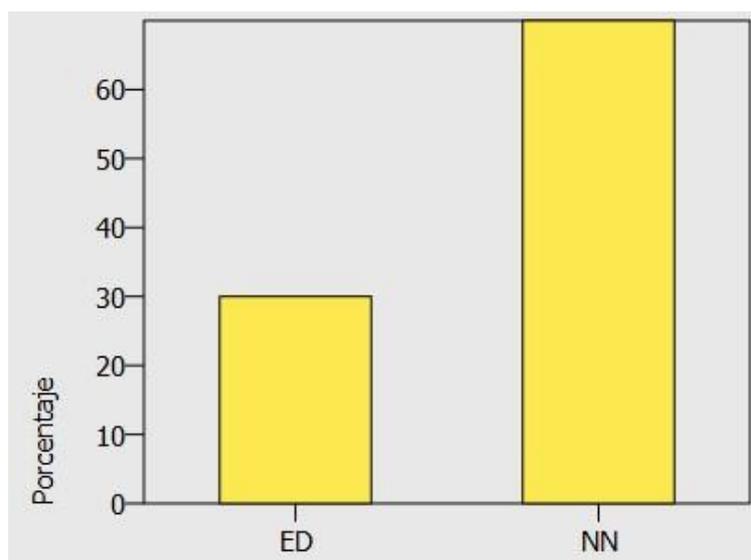
**¿Los supermercados de Ferreñafe controlan que no exista contacto físico entre clientes y colaboradores?**

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	9	30.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	21	70.00
Total	30	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad sanitaria

**Figura 23**

¿Los supermercados de Ferreñafe controlan que no exista contacto físico entre clientes y colaboradores?



**Nota.** De los 30 clientes encuestados, el 70.00 % respondió que están ni de acuerdo ni en desacuerdo que el supermercado El Súper no existe contacto físico entre clientes y colaboradores y un 30% respondió que están en desacuerdo. Obtenido de la Tabla 26.

**Tabla 27**

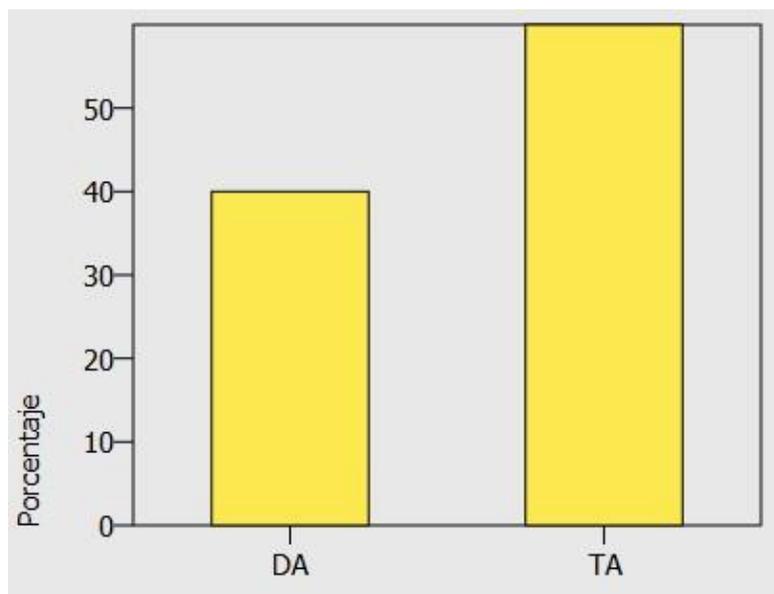
**¿Considera que los supermercados de Ferreñafe, cuando detectan un caso presuntivo de Covid-19, respetan la medida de aislamiento?**

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	12	40.00
Totalmente de acuerdo	18	60.00
Total	30	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad sanitaria

**Figura 24**

¿Considera que los supermercados de Ferreñafe, cuando detectan un caso presuntivo de Covid-19, respetan la medida de aislamiento?



**Nota.** De los 30 clientes encuestados, el 60.00 % respondió que totalmente de acuerdo que el supermercado El Súper cuando detectan un caso presuntivo de Covid-19 respetan la medida de aislamiento y un 40.00 % respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 27.

**Tabla 28**

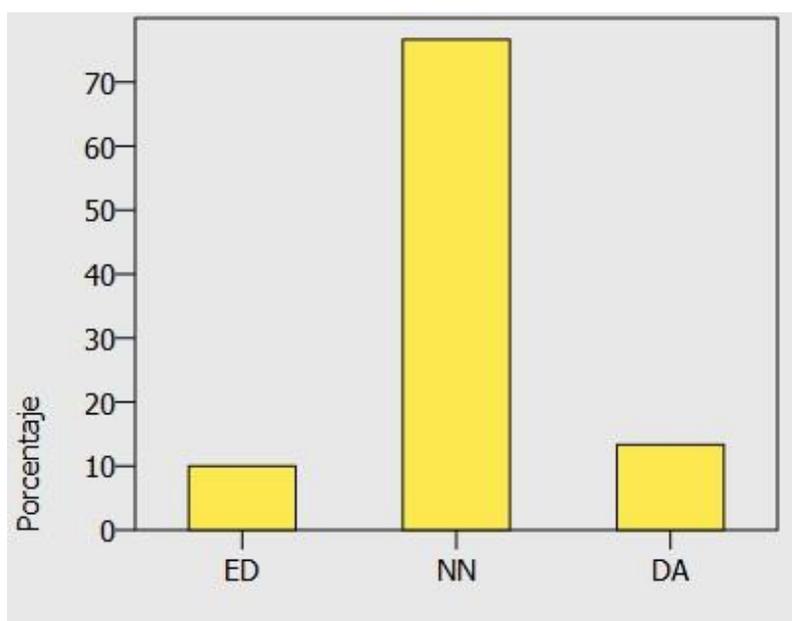
**¿En los supermercados de Ferreñafe se han detectado casos de formación del virus Covid-19 en clientes o colaboradores?**

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	3	10.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	23	76.67
De acuerdo	4	13.33
Total	30	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad sanitaria

**Figura 25**

¿En los supermercados de Ferreñafe se han detectado casos de formación del virus Covid-19 en clientes o colaboradores?



**Nota.** De los 30 clientes encuestados, el 76.67 % respondió que ni de acuerdo ni en desacuerdo que en el supermercado El Súper se han detectado casos de formación del virus Covid-19 en clientes o colaboradores y un 13.33 % respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 28.

**Tabla 29**

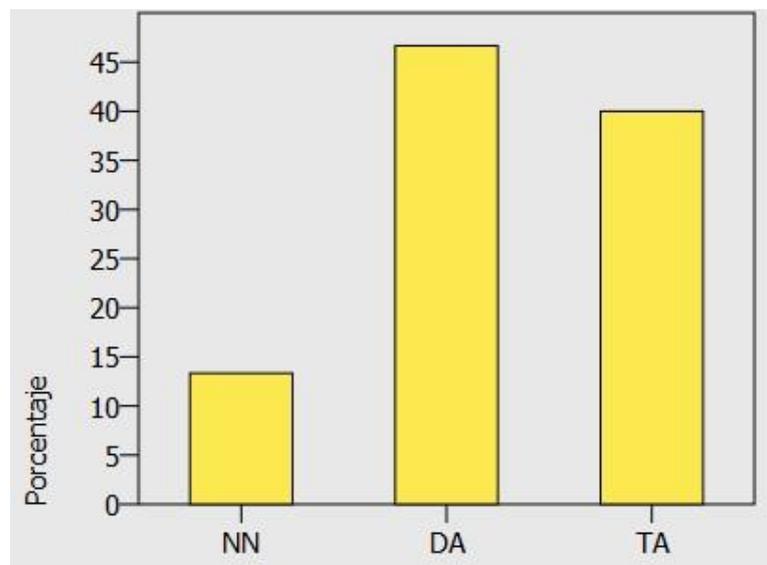
**¿Los supermercados de Ferreñafe comunican a sus clientes sobre casos detectados y cierran sus establecimientos por un periodo determinado?**

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	13.33
De acuerdo	14	46.67
Totalmente de acuerdo	12	40.00
Total	30	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad sanitaria

**Figura 26**

¿Los supermercados de Ferreñafe comunican a sus clientes sobre casos detectados y cierran sus establecimientos por un periodo determinado?



**Nota.** De los 30 clientes encuestados, el 46.67 % respondió que están de acuerdo que el supermercado El Súper comunica a sus clientes sobre casos detectados y cierran su establecimiento, un 40.00 % respondió que están Totalmente de acuerdo. Obtenido de la Tabla 29.

**Tabla 30**

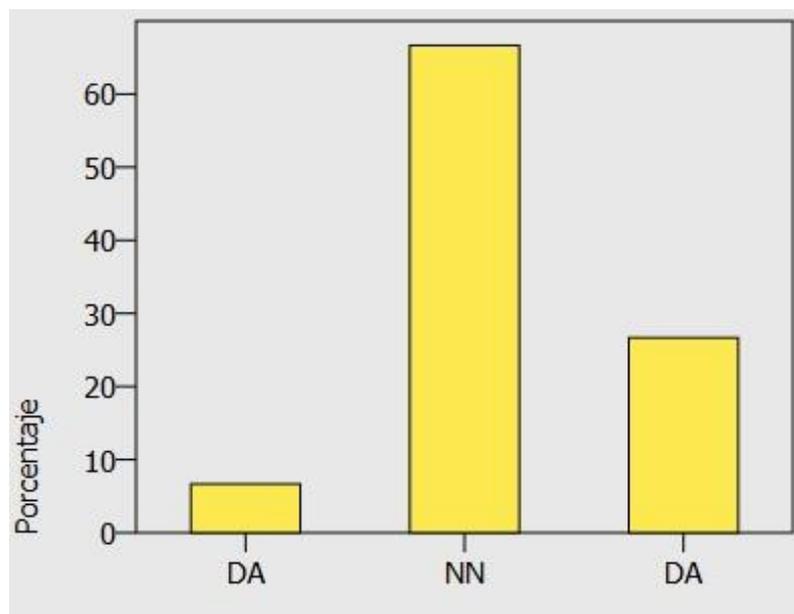
**¿Los supermercados de Ferreñafe realizan una limpieza adecuada a sus ambientes?**

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	2	6.67
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	20	66.67
De acuerdo	8	26.67
Total	30	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad sanitaria

**Figura 27**

**¿Los supermercados de Ferreñafe realizan una limpieza adecuada a sus ambientes?**



**Nota.** De los 30 clientes encuestados, el 66.67 % respondió que están ni de acuerdo ni en desacuerdo que El Súper realiza limpieza adecuada a sus ambientes, un 26.67 % respondió que están de acuerdo y un 6.67 % en desacuerdo. Obtenido de la Tabla 30.

**Tabla 31**

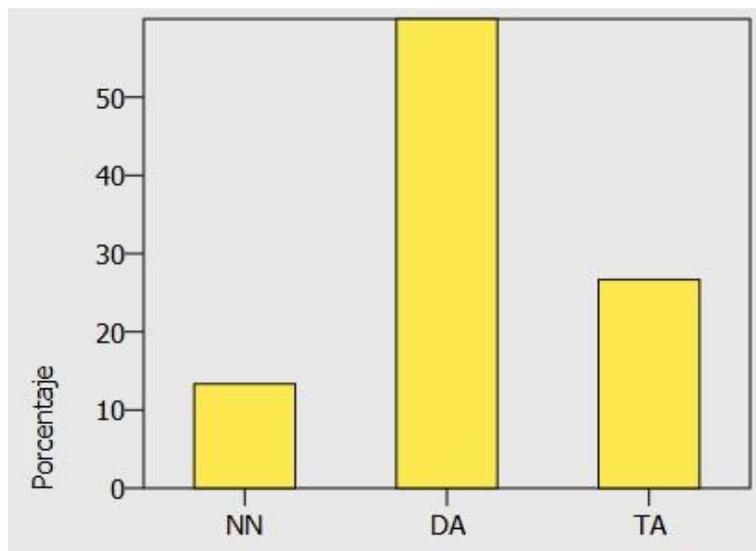
**¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe se realiza una adecuada protección y desinfección de objetos y alimentos?**

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	13.33
De acuerdo	18	60.00
Totalmente de acuerdo	8	26.67
Total	30	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Seguridad sanitaria

**Figura 28**

¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe se realiza una adecuada protección y desinfección de objetos y alimentos?



**Nota.** De los 30 clientes encuestados, el 60.00 % respondió que están de acuerdo que El Súper realiza una adecuada protección y desinfección de objetos y alimentos, un 26.67 % respondió que están totalmente de acuerdo Obtenido de la Tabla 31.

2. Diagnosticar el nivel de satisfacción del cliente en tiempos de Covid19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.

**Tabla 32**

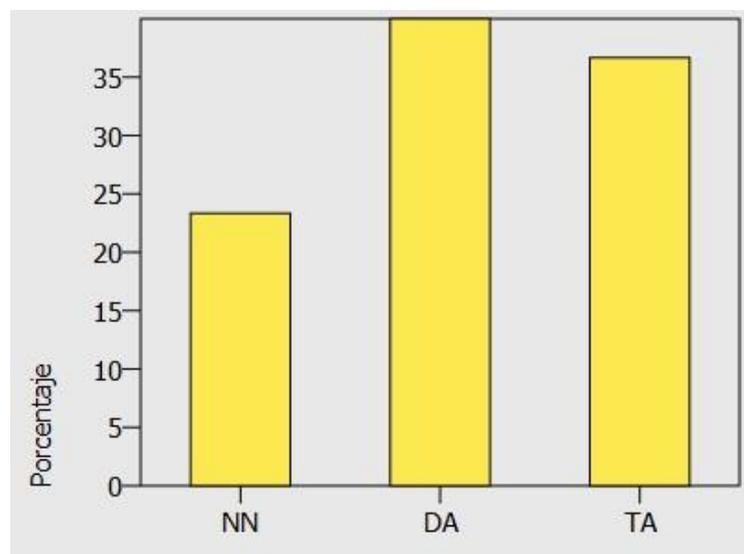
**¿Considera que los tiempos de espera en cola por pandemia en los supermercados de Ferreñafe es el adecuado?**

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	23.33
De acuerdo	12	40.00
Totalmente de acuerdo	11	36.67
Total	30	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Satisfacción del cliente

Figura 29

¿Considera que los tiempos de espera en cola por pandemia en los supermercados de Ferreñafe es el adecuado?



**Nota.** De los 30 clientes encuestados, el 40.00 % respondió que están de acuerdo que los tiempos de cola por pandemia en El Súper es el adecuado, un 36.67 % respondió que están totalmente de acuerdo. Obtenido de la Tabla 32.

**Tabla 33**

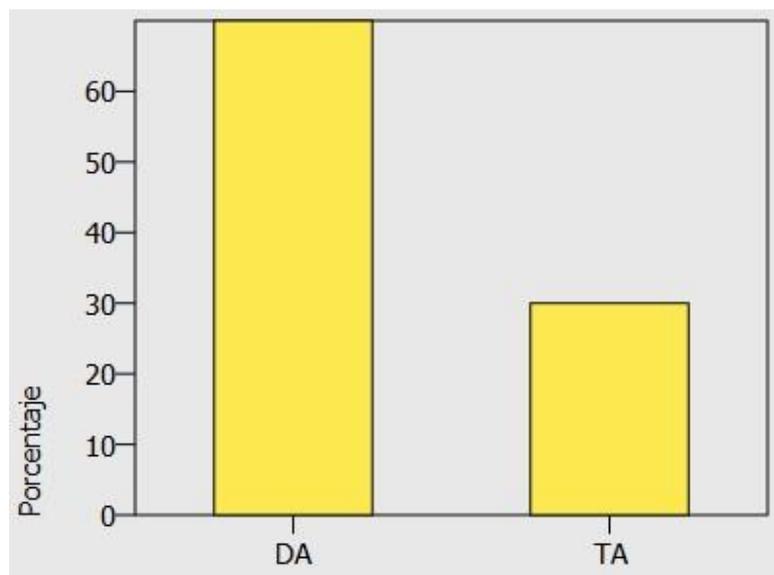
**¿Considera que los colaboradores de los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia, mantienen una adecuada protección?**

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	21	70.00
Totalmente de acuerdo	9	30.00
Total	30	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Satisfacción del cliente

**Figura 30**

¿Considera que los colaboradores de los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia, mantienen una adecuada protección?



**Nota.** De los 30 clientes encuestados, el 70.00 % respondió que están de acuerdo que los colaboradores del supermercado El Súper mantienen una adecuada protección y un 30.00 % respondió que están totalmente de acuerdo. Obtenido de la Tabla 33.

**Tabla 34**

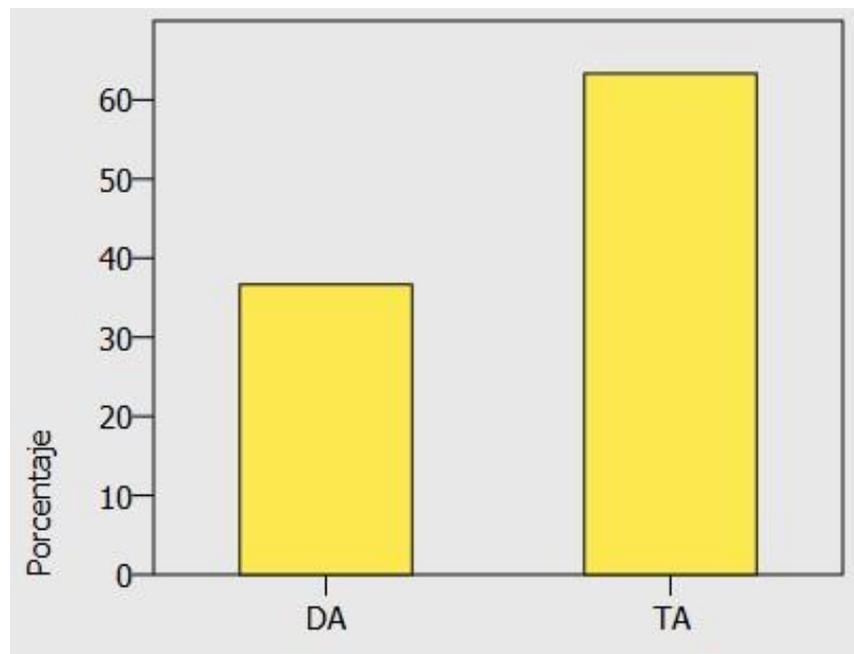
**¿Qué posibilidad existe de que recomiende a sus familiares o conocidos que asistan a realizar sus comprar en los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia?**

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	11	36.67
Totalmente de acuerdo	19	63.33
Total	30	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Satisfacción del cliente

**Figura 31**

¿Qué posibilidad existe de que recomiende a sus familiares o conocidos que asistan a realizar sus comprar en los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia?



**Nota.** De los 30 clientes encuestados, el 63.33 % respondió que están totalmente de acuerdo que recomendarán al supermercado El Súper a sus familiares o conocidos para que realicen sus compras y un 36.67 % respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 34.

**Tabla 35**

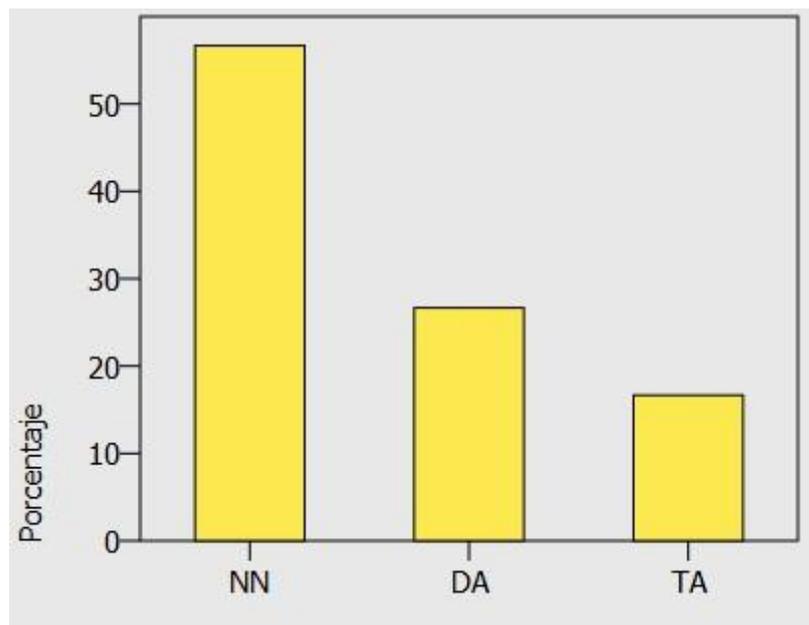
**¿Permanecería Ud. como cliente fiel de los supermercados de Ferreñafe?**

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	17	56.67
De acuerdo	8	26.67
Totalmente de acuerdo	5	16.67
Total	30	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Satisfacción del cliente

**Figura 32**

¿Permanecería Ud. como cliente fiel de los supermercados de Ferreñafe?



**Nota.** De los 30 clientes encuestados, el 56.67 % respondió que están ni de acuerdo ni en desacuerdo que pertenecerían como cliente fiel del supermercado El Súper, un 26.67 % respondió que están de acuerdo y un 16.67% están totalmente de acuerdo. Obtenido de la Tabla 35.

**Tabla 36**

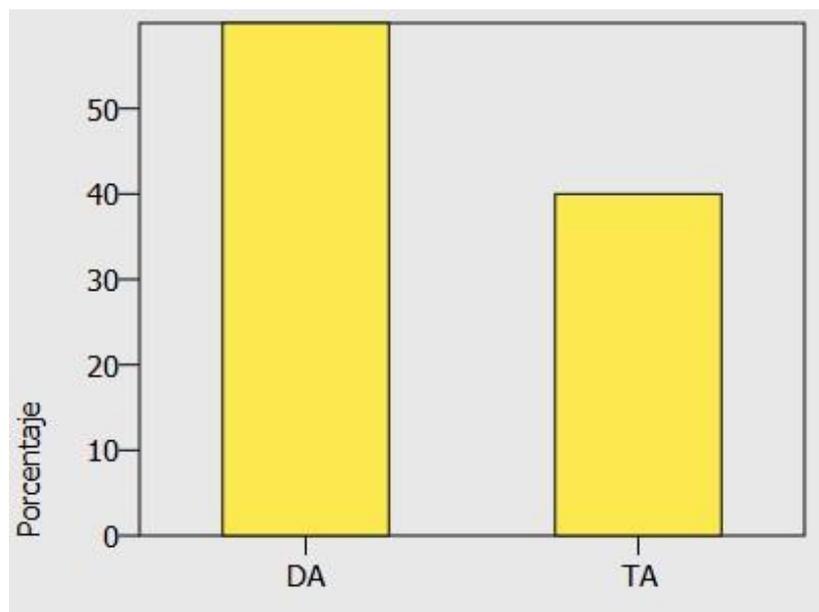
**¿Considera que la calidad de servicio en los supermercados de Ferreñafe, es la adecuada?**

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	18	60.00
Totalmente de acuerdo	12	40.00
Total	30	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Satisfacción del cliente

**Figura 33**

¿Considera que la calidad de servicio en los supermercados de Ferreñafe, es la adecuada?



**Nota.** De los 30 clientes encuestados, el 60.00% respondió que están de acuerdo que la calidad del supermercado El Súper es la adecuada, un 40.00 % respondió que están totalmente de acuerdo. Obtenido de la Tabla 36.

**Tabla 37**

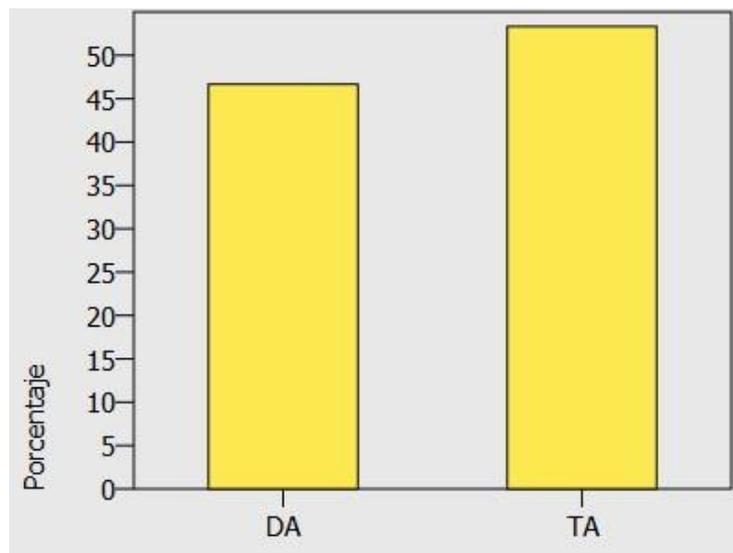
**¿Siente algún riesgo de infección al asistir a realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe?**

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	14	46.67
Totalmente de acuerdo	16	53.33
Total	30	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Satisfacción del cliente

**Figura 34**

**¿Siente algún riesgo de infección al asistir a realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe?**



**Nota.** De los 30 clientes encuestados, el 53.33% respondió que están totalmente de acuerdo que sienten algún riesgo de infección al asistir a realizar sus compras en el supermercado El Súper y un 46.67 % respondió que están de acuerdo. Obtenido de la Tabla 37.

**Tabla 38**

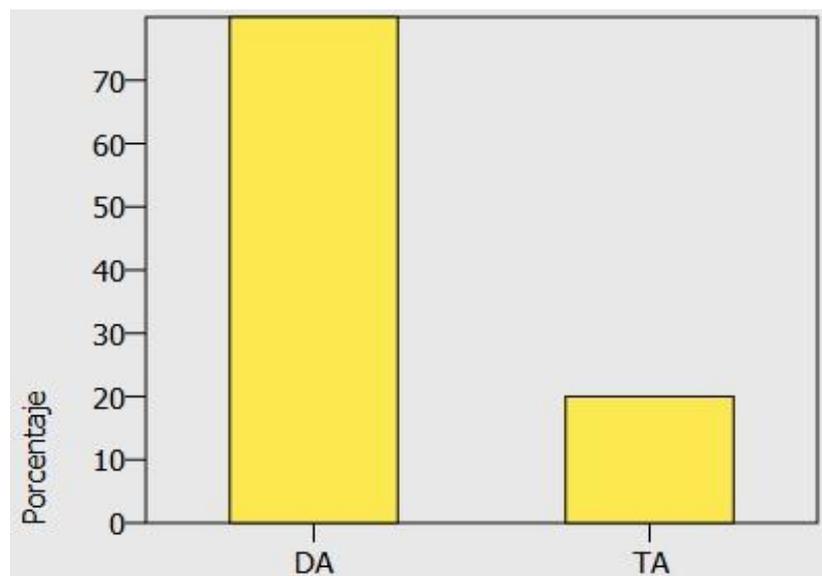
**¿Cuál es su nivel de satisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe?**

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	24	80.00
Totalmente de acuerdo	6	20.00
Total	30	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Satisfacción del cliente

**Figura 35**

¿Cuál es su nivel de satisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe?



**Nota.** De los clientes encuestados, el 80% respondió que están de acuerdo que el nivel de satisfacción en cuanto al riesgo de infección en el supermercado El Súper es bueno y un 20.00 % respondió que están totalmente de acuerdo. Obtenido de la Tabla 38.

**Tabla 39**

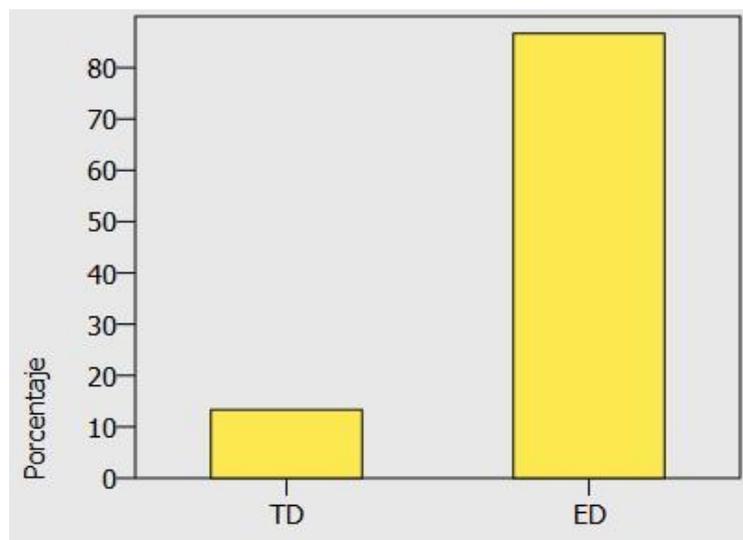
**¿Cuál es su nivel de insatisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe?**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	13.33
En desacuerdo	26	86.67
Total	30	100,0

**Nota:** Obtenido de la encuesta de Satisfacción del cliente

**Figura 36**

¿Cuál es su nivel de insatisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe?



**Notas.** De los 30 clientes encuestados, el 86.67% respondió que están en desacuerdo que el nivel de insatisfacción en cuanto al riesgo de infección en el supermercado es alto El Súper es bueno y un 13.33 % respondió que están totalmente en desacuerdo. Obtenido de la Tabla 39.

### **3.2. Discusión de resultados**

#### **OE1. Analizar el nivel de seguridad sanitaria en tiempos de Covid19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.**

##### **Para el supermercado Precio Uno:**

Con respecto al criterio del agente, el 71% de los consumidores consultados manifiestan su total acuerdo con que el supermercado Precio Uno verifica el uso de doble mascarilla o escudo facial al entrar (Tabla 5 – Figura 1). Adicionalmente, un 92.8% está completamente de acuerdo en que se chequea la temperatura de los clientes al acceder al local (Tabla 6 – Figura 2). Estos datos son consistentes con la normativa del MINSA (2020) que establece como mandatorio el uso de doble mascarilla para entrar a lugares como centros comerciales, tiendas, supermercados y farmacias, entre otros.

En relación a la dimensión ambiente, el 61.22 % de los clientes encuestados consideran que están totalmente de acuerdo que el supermercado Precio Uno respeta el distanciamiento social obligatorio (Tabla 7 – Figura 3); por otro lado el 77.55% de los clientes están totalmente en desacuerdo que en el supermercado Precio Uno existe aglomeración de personas (Tabla 8 – Figura 4); así mismo el 74.49 % de los clientes encuestados están ni de acuerdo ni en desacuerdo que el supermercado Precio Uno no exista contacto físico entre clientes y colaboradores (Tabla 9 – Figura 5). Este resultado tiene similitud con lo que dice MINSA (2021), el distanciamiento social obligatorio deberá ser de 1 metro de distancia como mínimo al momento de realizar compras y al desplazarse dentro de los mercados.

Con respecto al aspecto relacionado con el huésped, el 80.61% de los encuestados afirma estar plenamente convencidos de que el supermercado Precio Uno toma las medidas de aislamiento pertinentes ante un posible caso de Covid-19 (Tabla 10 – Figura 6). Por su parte, el 91.84% opina que está en desacuerdo con la idea de que se hayan identificado contagios de Covid-19 entre clientes o empleados del supermercado (Tabla 11 – Figura 7). Adicionalmente, un 96.94% cree firmemente que Precio Uno informa a sus clientes sobre posibles contagios y cierra sus puertas temporalmente si es necesario (Tabla 12 – Figura 8). Estos datos son coherentes con las recomendaciones del MINSA (2020), que sugiere aislar a cualquier trabajador con síntomas como fiebre o tos, evitando su contacto con otros y derivarlo al área médica

de la institución. Es crucial consultar a un especialista y no solicitar pruebas de Covid-19 a menos que sea esencial, ya que podría ser una gripe común.

En cuanto a la desinfección, el 90.82% de los clientes que participaron en la encuesta están completamente de acuerdo con que el supermercado Precio Uno mantiene sus espacios limpios (Tabla 13 – Figura 9). Asimismo, el 87.76% opina que este supermercado garantiza una correcta desinfección y protección de objetos y alimentos (Tabla 14 – Figura 10). Estas opiniones coinciden con lo establecido por MINSA (2020), que enfatiza la necesidad de desinfectar superficies y ambientes usando compuestos químicos, asegurando que no representen un peligro para la salud.

#### **Para el supermercado El Súper:**

Con respecto al aspecto del agente, el 56.6% de los consumidores encuestados manifiestan su total acuerdo con que el supermercado Precio El Súper verifica que los visitantes porten doble mascarilla o escudos faciales (Tabla 23 – Figura 19). Adicionalmente, el 86.6% coincide en que dicho supermercado chequea la temperatura de los clientes al entrar al local (Tabla 24 – Figura 20). Estos hallazgos son coherentes con lo establecido por el MINSA (2020), que indica que el uso de dos mascarillas es mandatorio para acceder a lugares como centros comerciales, galerías, conglomerados, tiendas departamentales, proveedores de bienes esenciales, supermercados, mercados, bodegas y farmacias.

En relación a la dimensión ambiente, el 73.33 % de los clientes encuestados consideran que están en desacuerdo que el supermercado El Súper respeta el distanciamiento social obligatorio (Tabla 25 – Figura 21); por otro lado el 76.67 % de los clientes están ni de acuerdo ni en desacuerdo que en el supermercado El Súper existe aglomeración de personas (Tabla 26 – Figura 22); así mismo el 70 % está ni de acuerdo ni en desacuerdo que en el supermercado El Súper no exista contacto físico entre clientes y colaboradores (Tabla 27 – Figura 23). Este resultado tiene similitud con lo que dice MINSA (2020), el distanciamiento social obligatorio deberá ser de 1 metro de distancia como mínimo al momento de realizar compras y al desplazarse dentro de los mercados.

En relación a la dimensión huésped, el 60 % de los clientes encuestados consideran que están totalmente de acuerdo que cuando el supermercado El Súper detectan un caso presuntivo de Covid-19, respetan la medida de aislamiento (Tabla 28

– Figura 24); el 76.67% de los clientes encuestados consideran que están ni de acuerdo ni en desacuerdo que en el supermercado El Súper se han detectado casos de formación del virus Covid-19 en clientes o colaboradores (Tabla 29 – Figura 24); por otro lado, el 46.67 % de los clientes encuestados consideran que están de acuerdo que en el supermercado El Súper comunican a sus clientes sobre casos detectados y cierran sus establecimientos por un periodo determinado (Tabla 30 – Figura 25). Este resultado tiene similitud con lo que dice MINSA (2020), si un empleado presenta fiebre, tos o problemas respiratorios, es crucial evitar que interactúe con otros o atienda al público, y se debe guiarlo rápidamente al área médica de la institución. Consultar con un profesional de salud es esencial ya que no siempre será necesario un test de coronavirus; podría ser simplemente un resfriado.

En relación a la dimensión desinfección, el 66.67 % de los clientes encuestados consideran que están ni de acuerdo ni en desacuerdo que en el supermercado El Súper realizan una limpieza adecuada a sus ambientes (Tabla 31 – Figura 26); por otro lado el 60% de los clientes encuestados consideran de acuerdo que en el supermercado El Súper se realiza una adecuada protección y desinfección de objetos y alimentos (Tabla 32 – Figura 27). Este resultado tiene similitud con lo que dice MINSA (2020), se debe desinfectar o reducir por medio de sustancias químicas presentes en una superficie o en el ambiente, hasta un nivel que no ponga en riesgo la salud.

## **OE2. Diagnosticar el nivel de satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.**

### **Para el supermercado Precio Uno:**

En relación a la dimensión rendimiento percibido, el 87.76 % de los clientes encuestados están totalmente de acuerdo que los tiempos de espera en cola por pandemia en el supermercado Precio Uno es el adecuado (Tabla 15 – Figura 11); el 91.84 % están totalmente de acuerdo que los colaboradores del supermercado Precio Uno en tiempos de pandemia, mantienen una adecuada protección (Tabla 16 – Figura 12); el 86.73 % están totalmente de acuerdo que existe la posibilidad de que recomienden a sus familiares o conocidos que asistan a realizar sus comprar en el supermercado Precio Uno en tiempos de pandemia (Tabla 17 – Figura 13); el 69.39 % están totalmente de acuerdo que permanecerían como cliente fiel del supermercado Precio uno (Tabla 18 – Figura 14). Estos resultados tienen similitud con lo que dice Fernández y Campiña (2015), el desempeño percibido se refiere al resultado exitoso

tras adquirir un producto o servicio. En otras palabras, es el logro que la compañía alcanza al ofrecer servicios de alta calidad, lo que se traduce en la satisfacción y entendimiento del cliente.

En lo que respecta a la expectativa, el 73.47% de los consumidores consultados confirman plenamente que el nivel de servicio en el supermercado Precio Uno es el apropiado (Ver Tabla 19 y Figura 15); el 86.73% está totalmente convencido de que hay un posible riesgo de contagio cuando acuden a comprar en Precio Uno (Ver Tabla 20 y Figura 16). Este hallazgo coincide con las observaciones de Payne (1994), que sostiene que las expectativas aluden a la predisposición previa del cliente antes de probar un producto o servicio. Clientes con expectativas cumplidas resultan en mayor satisfacción y lealtad.

En relación a la dimensión nivel de satisfacción, el 91.84 % de los clientes encuestados están totalmente de acuerdo su nivel de satisfacción en cuanto al riesgo de infección en el supermercado Precio Uno es bueno (Tabla 21 – Figura 17); el 89.80 de los encuestados están totalmente en desacuerdo que su nivel de insatisfacción en cuanto al riesgo de infección en el supermercado es bajo (Tabla 22 – Figura 18).

#### **Para el supermercado El Súper:**

En relación a la dimensión rendimiento percibido, el 40 % de los clientes encuestados están de acuerdo que los tiempos de espera en cola por pandemia en el supermercado El Súper es el adecuado (Tabla 33 – Figura 28); el 70 % están de acuerdo que los colaboradores del supermercado El Súper en tiempos de pandemia, mantienen una adecuada protección (Tabla 34 – Figura 29); el 66.33 % están totalmente de acuerdo que existe la posibilidad de que recomienden a sus familiares o conocidos que asistan a realizar sus comprar en el supermercado El Súper en tiempos de pandemia (Tabla 35 – Figura 30); el 56.67 % están ni de acuerdo ni en desacuerdo que permanecerían como cliente fiel del supermercado El Súper (Tabla 36 – Figura 31). Estos resultados tienen similitud con lo que dice Fernández y Campiña (2015), el desempeño percibido es el resultado que obtienen con éxito luego de obtener un producto o servicio, es decir, el resultado que obtiene la empresa al brindar un servicio de calidad y a cambio de ello, resulta la satisfacción del cliente y la comprensión de este.

Respecto a la expectativa, el 60% de los consumidores entrevistados concuerda que el servicio en el supermercado El Súper es correcto (Ver Tabla 37 y Figura 32); el

56.33% está completamente seguro de que perciben un riesgo de contagio al comprar en El Súper (Ver Tabla 38 y Figura 33). Estos datos están en línea con lo expresado por Payne y Ballantyne (1994): las expectativas indican la actitud anticipada de los clientes antes de usar un servicio o producto. Cumplir estas expectativas lleva a una mayor lealtad y satisfacción del cliente.

En relación a la dimensión nivel de satisfacción, el 80 % de los clientes encuestados están de acuerdo su nivel de satisfacción en cuanto al riesgo de infección en el supermercado El Súper es bueno (Tabla 39 – Figura 34); el 86.67 de los encuestados están en desacuerdo que su nivel de insatisfacción en cuanto al riesgo de infección en el supermercado es bajo (Tabla 40 – Figura 34).

### **3.3. Aporte práctico**

#### **3.3.1. Título**

Plan de estrategias de seguridad sanitaria que mejoren la satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 de los supermercados de Ferreñafe - 2021.

#### **3.3.2. Presentación**

De acuerdo a la situación actual de los supermercados Precio Uno y El Súper, se propone diseñar estrategias de seguridad sanitaria que permitan incrementar el nivel de satisfacción en los tiempos de covid-19.

Las estrategias planeadas se elaboraron en base a los porcentajes más bajos de los resultados de la encuesta. Se presume que, diseñando estrategias de seguridad sanitaria en relación al distanciamiento social, evaluación y control de los clientes en los supermercados de Ferreñafe, se mejorará satisfacción de los mismos.

Por esta razón, en la propuesta se desarrollará estrategias de seguridad sanitaria para mejorar los indicadores.

#### **3.3.3. Resumen**

A partir de marzo del 2020, una vez que se manifestó el primer caso de coronavirus en Perú, nuestro estado ha venido afrontando esta nueva realidad inmersa en una enfermedad pandémica mundial, que nos ha obligado a cambiar conductas, a

separarnos físicamente y a ser mucho más conscientes de la realidad de un peligro invisible.

El virus no distingue espacios, y es así como el sitio de trabajo debería ser considerado al instante de hacer nuestras propias ocupaciones laborales de forma segura.

La enfermedad pandémica ha incidido en casi todos los puntos de todo el mundo del trabajo, a partir de peligro de transmisión del virus en los sitios de trabajo hasta los peligros involucrados con la seguridad sanitaria que han surgido como resultado de las medidas para evitar el contagio del virus.

En la sugerencia, las tácticas de seguridad sanitaria se diseñan con el objetivo de incrementar la satisfacción del cliente en los supermercados de Ferreñafe – 2021.

#### ***3.3.4. Introducción***

La patología causada por el nuevo covid-19 (COVID-19) ha tenido implicaciones de extenso alcance en cada una de las esferas de la sociedad, lo cual ha causado reveses en los adelantos en temas de salud y los esfuerzos por conseguir la cobertura sanitaria mundial. El papel de la Seguridad Sanitaria durante la enfermedad pandémica fue sustancial en la prevención, el diagnóstico y el procedimiento de los pacientes, pensemos que la estabilidad en la atención sanitaria ha de ser una prioridad constante para todos los que intervienen en la cadena de costo del sistema sanitario, tanto en la etapa de enfermedad pandémica como en situaciones epidemiológicas habituales.

La propuesta se realizó con la finalidad diseñar estrategias de seguridad sanitaria que mejoren la satisfacción del cliente de los supermercados de Ferreñafe. En los supermercados se observa, que, si bien es cierto que tienen un alto nivel de seguridad sanitaria y satisfacción del cliente, existen aún algunos indicadores que necesitan mejorar como el distanciamiento social, evaluación y control.

La implementación de tácticas de seguridad sanitaria proporcionará a los supermercados los medios para potenciar el contenido de sus clientes.

#### ***3.3.5. El problema***

##### **Formulación del problema**

¿El diseño de estrategias de seguridad sanitaria influye efectivamente en la mejora del nivel de satisfacción de los clientes de los supermercados de Ferreñafe – 2021?

### **3.3.6. Justificación**

Según las respuestas de la encuesta a los clientes de los supermercados en Ferreñafe (Precio Uno y El Súper), se vio necesario elaborar una sugerencia de mejora. Este estudio resultó ser muy beneficioso para estos supermercados, su personal y sus clientes. Se sugiere implementar medidas de distanciamiento social, así como métodos de evaluación y supervisión que, una vez puestos en práctica, incrementarán la satisfacción de los clientes de los supermercados en Ferreñafe.

### **3.3.7. Objetivos**

#### **3.3.7.1. Objetivo general**

Proponer un plan de estrategias de seguridad sanitaria que permitan mejorar el nivel de satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 de los supermercados de Ferreñafe - 2021

#### **3.3.7.2. Objetivos específicos**

Desarrollar estrategias de distanciamiento social para mejorar el nivel de satisfacción de los clientes en los supermercados de Ferreñafe – 2021.

Implementar estrategias de evaluación y control para mejorar el nivel de satisfacción de los clientes en los supermercados de Ferreñafe- 2021.

### **3.3.8. Importancia de la propuesta**

La estructura de esta propuesta facilitará que los supermercados en Ferreñafe optimicen el espacio entre clientes y fortalezcan la supervisión y gestión de estos, resultando en una mayor satisfacción del cliente y otorgando ventajas competitivas notables. Implementar esta sugerencia aporta

significativamente a los supermercados, ya que las tácticas propuestas se convierten en herramientas estratégicas para las compañías.

### **3.3.9. Desarrollo de la propuesta**

**Objetivo 1: Desarrollar estrategias de distanciamiento social para mejorar el nivel de satisfacción de los clientes en los supermercados de Ferreñafe – 2021.**

a. Estrategia: Reducir los límites de capacidad en los supermercados de Ferreñafe.

Se propone reducir los límites de capacidad en los supermercados de Ferreñafe con la finalidad que disminuya la aglomeración de clientes.

- Limitar el número de clientes en los supermercados o reducir el aforo establecidos en los protocolos elaborados por el estado.
- Al momento de limitar el número de clientes o reducir el aforo en los supermercados, es primordial desarrollar un mecanismo de control de entrada con el fin de no ocasionar problemas adicionales con los clientes que están en cola en el exterior del establecimiento y evitar aglomeración.
- Disuadir en las redes sociales o medios de comunicación que solo 1 persona por familia realice las compras en los supermercados.

**Tabla 40****Estrategia – Reducir los límites de capacidad en los supermercados de Ferreñafe**

Actividad	Descripción	Duración	Periodo de ejecución	Responsable
Limitar el número de clientes	Reducir el aforo establecido en los protocolos elaborados por el estado	De acuerdo al tiempo establecido por el estado	Mensual	Gerente General
Mecanismo de control	Desarrollar un mecanismo de control de entrada con el fin de no ocasionar problemas adicionales con los clientes que están en cola en el exterior del establecimiento y evitar aglomeración.	8:00am a 10:00pm	Diario	Seguridad
Medios de comunicación	Disuadir en Facebook e Instagram que solo 1 persona por familia realice las compras en los supermercados	4 veces por semana (Lunes, Miércoles, Viernes y Sábado)	Mensual	Community manager

**Nota:** Aporte práctico**Tabla 41****Presupuesto**

Actividad	Cantidad	Monto mensual	Monto anual
Limitar el número de clientes	12	154.80	1,857.60
Mecanismo de control	2	2600	31,200
Medios de comunicación	2	500	6,000
<b>Total</b>			<b>39,057.60</b>

**Nota:** Aporte práctico

b. Estrategia: Realizar un protocolo de políticas y procedimientos laborales.

Al aplicar esta estrategia se espera que los colaboradores se sientan comprometidos con dar el ejemplo en la aplicación de protocolos de seguridad sanitaria, para ello se plantea:

- Desarrollar políticas de distanciamiento social y distribuirlas con todos los empleados.
- Limitar las reuniones entre colaboradores.
- Limitar el número de trabajadores presente en el establecimiento.
- Organizar de manera escalonada las horas de almuerzo y descanso de los colaboradores.

**Tabla 42**

**Estrategia – Realizar un protocolo de políticas y procedimientos laborales**

Actividad	Descripción	Duración	Periodo de ejecución	Responsable
Políticas de distanciamiento	Desarrollar políticas de distanciamiento social y distribuirlas con todos los empleados	30 días	Mensual	
Reuniones entre colaboradores	Limitar las reuniones entre colaboradores. Se realizará 1 vez por semana.	7 días	Semanal	Gerente general
Número de trabajadores	Limitar el número de trabajadores presentes en el establecimiento	15 días	Mensual	
Hora de almuerzo y Descanso	Organizar de manera escalonada las horas de almuerzo y Descanso de los colaboradores	15 días	Quincenal	

**Nota:** Aporte práctico

**Tabla 43****Presupuesto**

<b>Actividad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Monto mensual</b>	<b>Monto anual</b>
Políticas de distanciamiento	150	15	180
Reuniones entre colaboradores	0	0	0
Número de trabajadores	0	0	0
Hora de almuerzo y descanso	0	0	0
<b>Total</b>			<b>180</b>

**Nota:** Aporte práctico

c. Estrategia: Colocar barreras físicas y otras medidas de control.

Al aplicar esta estrategia se espera que se refuerce la medida de distanciamiento social entre las personas que están dentro del local, para ello se plantea:

- Realizar limpieza entre turnos cada media hora
- Colocar barreras transparentes en las cajas para aumentar la distancia entre el cliente y el cajero.

**Tabla 44****Estrategia – Colocar barreras físicas y otras medidas de control**

<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Duración</b>	<b>Periodo de ejecución</b>	<b>Responsable</b>
Limpieza	Realizar limpieza entre turnos cada media hora	8:00am – 10:00pm	Diario	Personal de limpieza
Colocación de barreras en caja	Colocar barreras transparentes en las cajas para aumentar la distancia entre cliente y cajero	De acuerdo a lo que la ley disponga	Mensual	Gerente de operaciones

**Nota:** Aporte práctico

**Tabla 45****Presupuesto**

<b>Actividad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Monto mensual</b>	<b>Monto anual</b>
Limpieza	6	1025	6150
Colocación de barreras en caja	12	0	2000
<b>Total</b>			<b>8,150</b>

**Nota:** Aporte práctico

d. Estrategia: Mejorar el flujo de tráfico.

Para esta estrategia se plantea las siguientes actividades:

- Colocar barreras en los pasillos indicando que el movimiento sea en una sola dirección
- Delimitar filas para regular la entrada al establecimiento de acuerdo con las restricciones colocando señalización en el piso

**Tabla 46****Estrategia – Mejorar el flujo de tráfico**

Actividad	Descripción	Duración	Periodo de ejecución	Responsable
Barreras en los pasillos	Colocar barreras en los pasillos indicando que el movimiento sea en una sola dirección	30 días	Mensual	Gerente de operaciones
Delimitar filas	Delimitar filas para regular la entrada al establecimiento de acuerdo con las restricciones colando señalización en el piso	30 días	Mensual	

**Nota:** Aporte práctico

**Tabla 47****Presupuesto**

Actividad	Cantidad	Monto mensual	Monto anual
Barreras en los pasillos	10	0	1500
Delimitar filas	50	300	3600
<b>Total</b>			<b>5,100</b>

**Nota:** Aporte práctico

**Objetivo 2: Implementar estrategias de evaluación y control para mejorar el nivel de satisfacción de los clientes en los supermercados de Ferreñafe- 2021.**

- a. Estrategia: Verificación del uso de doble mascarilla en los clientes al ingresar y permanecer en el establecimiento.

Mediante la observación se pudo determinar que muchos de los clientes cuando ya se encuentran dentro del establecimiento suelen quitarse una de las mascarillas y otros ingresan solo con una mascarilla, por lo que se propone que se realice un plan de verificación del uso de doble mascarilla en los clientes al ingresar y permanecer en el establecimiento. Esto se puede realizar a través de colaboradores que ayuden verificando el correcto uso de mascarillas.

**Tabla 48**

**Estrategia – Verificación del uso de doble mascarilla**

Actividad	Descripción	Duración	Periodo de ejecución	Responsable
Verificar el uso de doble mascarilla	Verificación del uso de doble mascarilla en los clientes y permanecer en el establecimiento	8:00 am – 10:00 pm	Diario	Colaboradores/Seguridad

**Nota:** Aporte práctico

**Tabla 49**

**Presupuesto**

Actividad	Cantidad	Monto mensual	Monto anual
Verificar el uso de doble mascarilla	12	0	0
<b>Total</b>			<b>0</b>

**Nota:** Aporte práctico

- b. Estrategia: Colocar señalización

Para esta estrategia se plantea las siguientes actividades:

- Colocar marcas en el suelo o siluetas en los pies para que los clientes sepan dónde ubicarse.
- Marcar en el suelo de zonas con mucho tráfico con cinta u otro método para mostrarles a los clientes dónde tienen que colocarse para esperar.

**Tabla 50**

**Estrategia – Colocar señalización**

Actividad	Descripción	Duración	Periodo de ejecución	Responsable
Colocar marcas en el suelo	Colocar marcas en el suelo o siluetas en los pies para que los clientes sepan dónde ubicarse	30 días	Mensual	Gerente de Operaciones
Marcar el suelo de zonas con mucho tráfico	Marcar en el suelo de zonas con mucho tráfico con cinta u otro método para mostrarles a los clientes dónde tienen que colocarse para esperar	30 días	Mensual	Gerente de Operaciones

**Nota:** Aporte práctico

**Tabla 51**

**Presupuesto**

Actividad	Cantidad	Monto mensual	Monto anual
Colocar marcas en el suelo	100	250	3000
Marcar el suelo de zonas con mucho tráfico	2	300	3600
<b>Total</b>			<b>6600</b>

**Nota:** Aporte práctico

c. Estrategia: Evaluación y control según la Ley N° 27872

De acuerdo con la Ley N° 27872, Ley Orgánica de Municipalidades, las autoridades municipales tienen la obligación de supervisar que se respeten las regulaciones de higiene y la organización en la recopilación, distribución, resguardo y venta de alimentos y bebidas a nivel distrital, alineándose con las directrices provinciales. Por tanto, es aconsejable que la municipalidad de Ferreñafe haga inspecciones frecuentes en los supermercados para asegurar el cumplimiento de las medidas de salud.

**Tabla 52**

**Estrategia – Evaluación y control según la Ley N°27872**

Actividad	Descripción	Duración	Periodo de ejecución	Responsable
Visitas por parte de la municipalidad	La municipalidad realizará visitas cada 15 días para comprobar el cumplimiento de seguridad sanitaria en los supermercados.	15 días	Quincenal	Gerente general

**Nota:** Aporte práctico

**Tabla 53**

**Presupuesto**

Actividad	Cantidad	Monto mensual	Monto anual
Visitas por parte de la municipalidad	0	0	0
<b>Total</b>			<b>0</b>

**Nota:** Aporte práctico

### 3.3.10. Presupuesto

**Tabla 54**

#### Presupuesto

Estrategia	Actividad	Periodo de ejecución	Responsable	Presupuesto
Reducir los límites de capacidad en los supermercados	Limitar el número de clientes	Mensual	Gerente general	39057.60
	Mecanismo de control	Diario	Seguridad	
	Medios de comunicación	Mensual	Community manager	
	Políticas de distanciamiento	Mensual		
Realizar un protocolo de políticas y procedimientos laborales	Reuniones entre colaboradores	Semanal	Gerente general	180
	Número de trabajadores	Mensual		
	Hora de almuerzo y descanso	Quincenal		
Colocar barreras y otras medidas de control	Limpieza	Diario	Personal de limpieza	8150
	Colocación de barreras en caja	Mensual	Gerente de Operaciones	
Mejorar el flujo de tráfico	Barreras en los pasillos	Mensual	Gerente de operaciones	5100
	Delimitar filas			
Verificación uso de doble mascarilla	Verificar el uso de doble mascarilla	Diario	Colaboradores/seguridad	
Colocar señalización	Colocar marcas en el suelo	Mensual	Gerente de Operaciones	6600
	Marcar el suelo en zonas con mucho tráfico			
Evaluación y control según ley N°27872	Visitas por parte de la municipalidad	Quincenal	Gerente general	0
TOTAL				59087.60

**Nota:** El informe de la propuesta será entregado a los gerentes de los supermercados El Súper y Precio uno de Ferreñafe, quienes conversarán con los gerentes de las otras sedes para evaluar la propuesta para su aplicación. El costo será solventado por las empresas mismas.

### **3.3.11. Relación costo/beneficio del supermercado Precio Uno**

La empresa en el año 2023 ha tenido aproximadamente de ingresos S/. 10,514 millones. Para finales del año 2024 se estima un incremento del 7%, considerado la inversión de la propuesta con un total de S/. 59087.60.

**Tabla 55**

#### **Relación costo/beneficio del supermercado Precio Uno.**

<b>Descripción</b>	<b>Detalle</b>
Ingreso total del año 2023	S/.10,514,000
Incremento esperado para el 2024	7%
Costo de la propuesta	S/. 59,087.60
Incremento de los ingresos 10%	S/.735,980.00
Relación B/C	S/.735,980.00/ S/. 59,087.60
<b>Relación B/C</b>	<b>12.46</b>

**Nota:** Aporte práctico

Según la tabla anterior, el costo/beneficio es de 12.46, lo que indica que la propuesta es viable, ya que es un costo/beneficio mayor a 1 indica que se espera que los beneficios superen los costos, lo que se considera positivo.

### **3.3.12. Relación costo/beneficio del supermercado El Súper**

La empresa en el año 2023 ha tenido aproximadamente de ingresos S/. 9,431 millones. Para finales del año 2024 se estima un incremento del 5%, considerado la inversión de la propuesta con un total de S/. 59087.60.

**Tabla 56**

#### **Relación costo/beneficio del supermercado El Súper**

<b>Descripción</b>	<b>Detalle</b>
Ingreso total del año 2023	S/.9,431,000
Incremento esperado para el 2024	5%
Costo de la propuesta	S/. 59,087.60
Incremento de los ingresos 10%	S/.471,550.00
Relación B/C	S/.471,550.00/ S/. 59,087.60
<b>Relación B/C</b>	<b>7.98</b>

**Nota:** Aporte práctico

Según la tabla anterior, el costo/beneficio es de 7.98, lo que indica que la propuesta es viable, ya que es un costo/beneficio mayor a 1 indica que se espera que los beneficios superen los costos, lo que se considera positivo.

## **IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **4.1. Conclusiones**

Para evaluar la relación entre la Seguridad Sanitaria y la Satisfacción del cliente, se utilizó el Coeficiente de Pearson, obteniendo un valor de 0.254. Esto indica una correlación positiva y, con un valor p menor a 0.05, se concluye que se acepta la hipótesis H1: En los supermercados de Ferreñafe en 2021, la seguridad sanitaria está vinculada con la satisfacción del cliente.

El supermercado Precio Uno mostró niveles de seguridad sanitaria del 81.9% en Agente, 71.1% en Ambiente, 89.8% en Huésped y 89.3% en Desinfección, evaluados en cuatro dimensiones. Por otro lado, el supermercado El Súper presentó niveles de 71.6% en Agente, 73.3% en Ambiente, 61.1% en Huésped y 63.3% en Desinfección, basados en las mismas dimensiones.

El supermercado Precio Uno evaluó su nivel de satisfacción en tres áreas, registrando un 83.93% en rendimiento percibido, 80.1% en expectativas y 90.82% en satisfacción general. De forma similar, el supermercado El Súper también usó tres áreas para su evaluación, obteniendo un 58.3% en rendimiento percibido, 58.2% en expectativas y 83.3% en satisfacción total.

Se plantearon estrategias para mejorar el distanciamiento social, evaluación y control de los clientes al ingresar y permanecer en los supermercados de Ferreñafe. Con la aplicación de las estrategias planteadas se pretende que se incremente el grado de nivel de satisfacción mejorando la seguridad sanitaria.

## **4.2. Recomendaciones**

Se sugiere ofrecer formación continua al equipo que trabaja en los supermercados de Ferreñafe. Las enseñanzas en materia de seguridad sanitaria son una herramienta esencial para concientizar y fomentar una mentalidad de prevención de peligros en el trabajo, garantizando el aprendizaje, enriqueciendo conocimientos y potenciando habilidades para cambiar actitudes y comportamientos cruciales en temas de seguridad sanitaria.

Los supermercados de Ferreñafe deben reducir los límites de capacidad, esperando disminuir la aglomeración de clientes, por lo que se recomienda: limitar el número de clientes en los supermercados o reducir el aforo establecidos en los protocolos elaborados por el estado, por otro lado, al momento de limitar el número de clientes o reducir el aforo, es primordial desarrollar un mecanismo de control de entrada con el fin de no ocasionar problemas adicionales con los clientes que están en cola en el exterior del establecimiento.

Los supermercados de Ferreñafe deben realizar un protocolo de políticas y procedimientos laborales, esperando que los colaboradores se sientan comprometidos con dar el ejemplo en la aplicación de protocolos de seguridad sanitaria, por lo que se recomienda desarrollar políticas de distanciamiento social y distribuirlas con todos los empleados, limitar las reuniones entre colaboradores, limitar el número de trabajadores presente en el establecimiento, poner en práctica horarios de trabajo flexibles, organizar de manera escalonada las horas de almuerzo y descanso de los colaboradores y, no darse las manos entre colaboradores.

Los supermercados de Ferreñafe deben mejorar el flujo de tráfico y colocar señalización, por lo que se recomienda que las personas deben entrar y salir por una puerta diferente, el movimiento de los pasillos sea en una sola dirección, delimitar filas para regular la entrada al establecimiento de acuerdo con las restricciones y colocar indicaciones en los pasillos y cajas con marcas para mantener la distancia física de 2 metros y, marcar en el suelo de zonas con

mucho tráfico con cinta u otro método para mostrarle a los clientes dónde tienen que colocarse para esperar.

## REFERENCIAS

- Alarcón, M. (2021). *Tiempos de pandemia: La importancia de implementar la seguridad sanitaria*. [Tesis de Posgrado, Universidad de Chile]. [https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/182625/Tesis\\_MJAP.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/182625/Tesis_MJAP.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Alfaro, P. (2019). *Seguridad e limpieza industrial en el sector de manipulación de carnes de supermercados de Lima*. [Tesis de Posgrado, Universidad César Vallejo. Facultad de Ingeniería]. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/36532/B\\_Alfaro\\_CPJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/36532/B_Alfaro_CPJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ambrosio, Y. (2017). *Condiciones higiénicas sanitarias en vendedores de comida del mercado modelo privado*. [Tesis de Posgrado, Universidad de Huánuco.] <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/530/AMBROSIO%20DOMINGUEZ%2c%20Yurico%20Lily.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arias, C. y Romero, D. (2020). *Nivel de servicio al cliente prestado a los usuarios de los dispensadores de éticos Serrano Gómez LTDA*. [Tesis de Posgrado, Universidad Simón Bolívar]. [https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/6828/Nivel\\_Servicios\\_Cliente\\_Prestado\\_Usuarios\\_Dispensarios\\_Eticos\\_Resumen.pdf?sequence=1](https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/6828/Nivel_Servicios_Cliente_Prestado_Usuarios_Dispensarios_Eticos_Resumen.pdf?sequence=1)
- BBVA (2022). *¿Qué es la seguridad sanitaria y qué hace falta para lograr una cobertura universal?* <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-la-seguridad-sanitaria-y-que-hace-falta-para-lograr-una-cobertura-universal/>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3ra ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Castro, L. y De la Piedra, D. (2019). *Diseño de un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional para minimizar riesgos laborales en la empresa Azucarera Naylamp S.A.C*. [Tesis de Pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2883/1/TL\\_CastroJimenezLiseth\\_DeLaPiedraCornejoDaniela.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2883/1/TL_CastroJimenezLiseth_DeLaPiedraCornejoDaniela.pdf)
- Espinoza, R. (2019). *Evaluar las buenas prácticas de manufactura (BPM) en el mercado de comidas típicas del cantón archidona*. [Tesis de Pregrado,

- Universidad Regional Autónoma de los Andes.  
<https://1library.co/document/q5w19o7q-evaluarpracticasm-mercado-comidas-tipicas-canton-archidona.html>
- Fernández, H. y Campiña, D. (2015). *Atención básica al cliente*. Madrid: Paraninfo.
- Garboza, M. y Rivera, M. (2017). *Manejo de quejas y satisfacción de los consumidores de la compañía Makro Supermayorista*. [Tesis de Posgrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo].  
<https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/4331/BC-3150%20GARBOZA%20SECLEN-RIVERA%20SANCHEZ.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Gonzales, F. y Apanu. J. (2017). *Situación sanitaria, técnica y administrativa de los Camales del departamento de Lambayeque*. [Tesis de Pregrado, Universidad Pedro Ruiz Gallo].  
<https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/1273/BC-TES-TMP-106.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guba, E. (1983). *Criterios de credibilidad en la investigación naturalista*. Madrid: Akal
- Hernández, M. (2020). *Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente en la empresa Supermercados El Súper SAC*. [Tesis de Pregrado, Universidad Señor de Sipán].  
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6965/Hern%20a1ndez%20S%20a1nchez%20Mar%20Clarivel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández, R., Collado, F. y Baptista, M. (2003). *Metodología de la Investigación*. 6ta Ed. Interamericana Editores. México.
- Huamán, E. y Zarate, W. (2019). *Análisis situacional de las condiciones higiénico sanitarias del manipulador de alimentos en los mercados de abasto*. [Tesis de Pregrado, Universidad Norbert Wiener].  
<http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3021/TESIS%20Huam%20a1n%20Elizabeth%20Z%20a1rate%20Wilber.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*. 8va Ed. Pearson Educación. México.

- Minsa (2020). *Resolución Ministerial N.º 163-2020-MINSA*.  
<https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/466165-163-2020-minsa>
- OMS (2022). *Brote de enfermedad por coronavirus (COVID-19): orientaciones para el público*. <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public>
- Payne, A. (1994). *Diagnóstico del valor del cliente: integración del proceso de valor y el marketing relacional*. British Journal of Management.
- Monrroy, Y. (2019). *Propuesta metodológica para la utilización de las BPM de alimentos en plazas de mercado de Bogotá*. [Tesis de Pregrado, Universidad Agustiana].  
<https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/1184/MonrroyBernal-YessicaBiviana-2019%20.pdf?sequence=10&isAllowed=y>
- Montenegro, F. y Gómez, D. (2019). *Diseño de un sistema de BPM para el mercado del cantón Pedro Carbo en el área de Mariscos*. [Tesis de Pregrado, Universidad de Guayaquil].  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/47270/1/BINGQ-ISCE19P73.pdf>
- Montenegro, H. y Vega, L. (2020). *Calidad de servicio y lealtad del consumidor en el centro comercial Chiclayo Plaza Vea*. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. <https://1library.co/document/yj7pw7mycalidad-servicio-lealtad-clientes-supermercado-plaza-vea-chiclayo.html>
- Quintana, M. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción del comprador del Centro comercial Plaza Vea del distrito de San Juan de Lurigancho*. [Tesis de Pregrado, Universidad Católica San Pablo].  
[https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/20.500.12590/16327/1/CORONADO\\_VALDEZ\\_DAP\\_REL.pdf](https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/20.500.12590/16327/1/CORONADO_VALDEZ_DAP_REL.pdf)
- Ronderos, M. (2009). *¿Qué tan segura es la seguridad sanitaria? Reflexión en tiempos de pandemia*. Revista electrónica de Gerencia y políticas de salud 8(17). [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-70272009000200001&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-70272009000200001&script=sci_arttext)

- Soto, J. (2020). *Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo para supermercado El Central*. [Programa Ingeniería Industrial, Universidad Autónoma de Occidente]. <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/12351/T09213.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Vargas, E. (2019). *Condiciones higiénicas sanitarias en la manipulación de alimentos por los expendedores del mercado central de San Pedro*. [Tesis de Pregrado, Facultad de Ciencias de la Salud. [http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/3186/1/Elena\\_Tesis\\_bachiller\\_2019.pdf](http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/3186/1/Elena_Tesis_bachiller_2019.pdf)

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p><b>PROBLEMA GENERAL</b></p> <p>¿Qué relación existe entre seguridad sanitaria y satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL:</b></p> <p>Determinar la relación entre la seguridad sanitaria y satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.</p>			<p>Agente</p> <p>Ambiente</p> <p>Huésped</p> <p>Desinfección</p>	<p>Tipo de investigación</p> <p>Descriptivo – correlacional</p> <p>Diseño de la investigación:</p> <p>No experimental – transversal</p>
<p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b></p> <p>¿Cuál es el nivel de seguridad sanitaria en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021?</p> <p>¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente, en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021?</p> <p>¿De qué manera se valida la relación de la seguridad sanitaria y satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021?</p>	<p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</b></p> <p>Analizar el nivel de seguridad sanitaria en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.</p> <p>Diagnosticar el nivel de satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.</p> <p>Diseñar estrategias que permitan incrementar la satisfacción del cliente mejorando la seguridad sanitaria en los supermercados de Ferreñafe – 2021.</p>	<p>H0: La seguridad sanitaria no se relaciona con la satisfacción del cliente en los supermercados de Ferreñafe – 2021.</p> <p>H1: La seguridad sanitaria si se relaciona con la satisfacción del cliente en los supermercados de Ferreñafe – 2021.</p>	<p>Seguridad Sanitaria</p> <p>Satisfacción del cliente</p>	<p>Rendimiento percibido</p> <p>Expectativa</p> <p>Nivel de satisfacción</p>	<p>Población y muestra:</p> <p>98 clientes de Precio Uno y 30 clientes del supermercado El Súper</p> <p>Técnica:</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario</p> <p>Procedimiento</p> <p>Programa Microsoft Excel y el software estadístico SPSS25.</p>

**Nota.** Elaboración propia

## Anexo 2. Cuestionario

### Cuestionario para supermercado Precio Uno

#### Seguridad Sanitaria y su relación con la satisfacción del cliente en tiempos de

#### Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe - 2021 Supermercado: PRECIO UNO

#### Instrucciones:

La presente encuesta presenta una serie de preguntas referidas a la seguridad sanitaria y satisfacción del cliente del supermercado Precio Uno. Se aplica a los clientes del supermercado. Para cada pregunta se ofrece 5 ítems, elija una de ellas y escriba con una **X** en la opción respectiva.

Opciones de Calificación:

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

#### A. SEGURIDAD SANITARIA

ITEM	1	2	3	4	5
¿Considera que los supermercados de Ferreñafe controlan que los clientes ingresen con doble mascarilla o protector facial?					
¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe controlan la temperatura al ingresar un cliente?					
¿Al realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe, considera que se respeta el distanciamiento social obligatorio?					
¿Considera que existe una aglomeración de personas en los supermercados de Ferreñafe?					

¿Los supermercados de Ferreñafe controlan que no exista contacto físico entre clientes y colaboradores?					
¿Considera que los supermercados de Ferreñafe, cuando detectan un caso presuntivo de Covid-19, respetan la medida de aislamiento?					
¿En los supermercados de Ferreñafe se han detectado casos de formación del virus Covid19 en clientes o colaboradores?					
¿Los supermercados de Ferreñafe comunican a sus clientes sobre casos detectados y cierran sus establecimientos por un periodo determinado?					
¿Los supermercados de Ferreñafe realizan una limpieza adecuada a sus ambientes?					
¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe se realiza una adecuada protección y desinfección de objetos y alimentos?					

## B. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

ITEM	1	2	3	4	5
¿Considera que los tiempos de espera en cola por pandemia en los supermercados de Ferreñafe es el adecuado?					
¿Considera que los colaboradores de los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia, mantienen una adecuada protección?					
¿Qué posibilidad existe de que recomiende a sus familiares o conocidos que asistan a realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia?					
¿Permanecería Ud. como cliente fiel de los supermercados de Ferreñafe?					
¿Considera que la calidad de servicio en los supermercados de Ferreñafe, es la adecuada?					
¿Siente algún riesgo de infección al asistir a realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe?					
¿Cuál es su nivel de satisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe?					

¿Cuál es su nivel de insatisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe?					
---	--	--	--	--	--

## Cuestionario para supermercado El Súper

### Seguridad Sanitaria y su relación con la satisfacción del cliente en tiempos de

### Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe - 2021 Supermercado: EL SÚPER

#### Instrucciones:

La presente encuesta presenta una serie de preguntas referidas a la seguridad sanitaria y satisfacción del cliente del supermercado El Súper. Se aplica a los clientes del supermercado. Para cada pregunta se ofrece 5 ítems, elija una de ellas y escriba con una **X** en la opción respectiva.

Opciones de Calificación:

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

#### A. SEGURIDAD SANITARIA

ITEM	1	2	3	4	5
¿Considera que los supermercados de Ferreñafe controlan que los clientes ingresen con doble mascarilla o protector facial?					
¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe controlan la temperatura al ingresar un cliente?					
¿Al realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe, considera que se respeta el distanciamiento social obligatorio?					
¿Considera que existe una aglomeración de personas en los supermercados de Ferreñafe?					

¿Los supermercados de Ferreñafe controlan que no exista contacto físico entre clientes y colaboradores?					
¿Considera que los supermercados de Ferreñafe, cuando detectan un caso presuntivo de Covid-19, respetan la medida de aislamiento?					
¿En los supermercados de Ferreñafe se han detectado casos de formación del virus Covid19 en clientes o colaboradores?					
¿Los supermercados de Ferreñafe comunican a sus clientes sobre casos detectados y cierran sus establecimientos por un periodo determinado?					
¿Los supermercados de Ferreñafe realizan una limpieza adecuada a sus ambientes?					
¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe se realiza una adecuada protección y desinfección de objetos y alimentos?					

## B. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

ITEM	1	2	3	4	5
¿Considera que los tiempos de espera en cola por pandemia en los supermercados de Ferreñafe es el adecuado?					
¿Considera que los colaboradores de los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia, mantienen una adecuada protección?					
¿Qué posibilidad existe de que recomiende a sus familiares o conocidos que asistan a realizar sus comprar en los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia?					
¿Permanecería Ud. como cliente fiel de los supermercados de Ferreñafe?					
¿Considera que la calidad de servicio en los supermercados de Ferreñafe, es la adecuada?					
¿Siente algún riesgo de infección al asistir a realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe?					
¿Cuál es su nivel de satisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe?					

¿Cuál es su nivel de insatisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe?					
---	--	--	--	--	--

Anexo 3. Validación por juicio de expertos

Experto N°1



Facultad de Ciencias Empresariales

Escuela de Administración

<b>NOMBRE DEL JUEZ</b>		EMMA VERONICA RAMOS FARROÑAN
<b>PROFESION</b>	Lic. en Administración	
<b>ESPECIALIDAD</b>	Administración	
<b>EXPERIENCIA PROFESIONAL( EN AÑOS)</b>	12 años	
<b>CARGO</b>	Docente tiempo completo	
<b><u>TITULO DE LA INVESTIGACION</u></b>		
SEGURIDAD SANITARIA Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN TIEMPOS DE COVID-19 EN LOS SUPERMERCADOS DE FERRENAFE-2021		
<b>DATOS DE LOS TESISISTAS:</b>		
<b>NOMBRE</b>	Félix López, Brian Gunter de Jesús	
<b>ESPECIALIDAD</b>	ESCUELA DE ADMINISTRACION	
<b>INSTRUMENTO EVALUADO</b>	Cuestionario de la Seguridad Sanitaria	
<b>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION</b>	<b><u>GENERAL:</u></b>	
	Determinar la relación entre la seguridad sanitaria y satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.	
	Analizar el nivel de seguridad sanitaria en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.	
	Diagnosticar el nivel de satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.	

	Validar la relación entre la seguridad sanitaria y satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.
<p><b>EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN “TA” SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O “TD” SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS O RECOMENDACIONES.</b></p>	
<p>El instrumento consta de 18 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la <b>DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO</b> de expertos que</p>	<p>reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cron Bach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.</p>
<p>1. ¿Considera que los supermercados de Ferreñafe controlan que los clientes ingresen con doble mascarilla o protector facial?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X)                      TD ( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>2. ¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe controlan la temperatura al ingresar un cliente?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) A veces</p>	<p>TA (X)                      TD ( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>d) Casi siempre e) Siempre</p>	
<p>3. ¿Al realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe, considera que se respeta el distanciamiento social obligatorio? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>4. ¿Considera que existe una aglomeración de personas en los supermercados de Ferreñafe? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>5. ¿Los supermercados de Ferreñafe controlan que no exista contacto físico entre clientes y colaboradores? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>6. ¿Considera que los supermercados de Ferreñafe, cuando detectan un caso presuntivo de covid-19, respetan la medida de aislamiento?</p>	<p>TA( X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
---	---

<p>a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>_____</p> <p>_____</p>
---	---------------------------

<p>7. ¿En los supermercados de Ferreñafe se han detectado casos de formación del virus Covid-19 en clientes o colaboradores? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA(X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
---	---

<p>8. ¿Los supermercados de Ferreñafe comunican a sus clientes sobre casos detectados y cierran sus establecimientos por un periodo determinado? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA(X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
---	--

<p>9. ¿Los supermercados de Ferreñafe realizan una limpieza adecuada a sus ambientes? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA( X )                  TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
--	--

<p>10. ¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe se realiza una adecuada protección y desinfección de objetos y alimentos? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA( X )                  TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
--	---

<p>11. ¿Considera que los tiempos de espera en cola por pandemia en los supermercados de Ferreñafe es el adecuado? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA( X )                  TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
---	--

<p>12. ¿Considera que los colaboradores de los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia, mantienen una adecuada protección? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA( X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____ _____</p>
<p>13. ¿Qué posibilidad existe de que recomiende a sus familiares o conocidos que asistan a realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia?</p>	<p>TA( X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>

<p>a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	
<p>14. ¿Permanecería Ud. como cliente fiel de los supermercados de Ferreñafe? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA( X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>

<p>15. ¿Considera que la calidad de servicio en los supermercados de Ferreñafe, es la adecuada? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA( X )                      TD(   )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>16. ¿Siente algún riesgo de infección al asistir a realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA( X )                      TD(   )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>17. ¿Cuál es su nivel de satisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA( X )                      TD(   )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>18. ¿Cuál es su nivel de insatisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA(X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____ _____</p>
<p><b>1. PROMEDIO OBTENIDO:</b></p>	<p>N° TA 18 _____ N° TD _____</p>
<p><b>2. COMENTARIO GENERALES</b></p>	
<p><b>OBSERVACIONES</b></p>	



Juez Experto

EMMA VERONICA RAMOS FARROÑAN

Colegiatura N°: 015066

DNI: 40545530

Experto N°2



Facultad de Ciencias Empresariales  
Escuela de Administración

<b>NOMBRE DEL JUEZ</b>		Dr. Mirko Merino Núñez
	<b>PROFESION</b>	Licenciado en Administración
	<b>ESPECIALIDAD</b>	Gestión
	<b>EXPERIENCIA PROFESIONAL( EN AÑOS)</b>	20
	<b>CARGO</b>	Docente Tiempo Completo
<b><u>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN</u></b>		
SEGURIDAD SANITARIA Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN TIEMPOS DE COVID-19 EN LOS SUPERMERCADOS DE FERREÑAFE-2021		
<b>DATOS DE LOS TESISISTAS:</b>		
<b>NOMBRE</b>	Félix López, Brian Gunter de Jesús	
<b>ESPECIALIDAD</b>	ESCUELA DE ADMINISTRACION	
<b>INSTRUMENTO EVALUADO</b>	Cuestionario de la Seguridad Sanitaria	
	<b><u>GENERAL:</u></b> Determinar la relación entre la seguridad sanitaria y satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.	

<b>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION</b>	<p>Analizar el nivel de seguridad sanitaria en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.</p> <p>Diagnosticar el nivel de satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.</p> <p>Validar la relación entre la seguridad sanitaria y satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.</p>
--------------------------------------	--

<p><b>EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN “TA” SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O “TD” SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS O RECOMENDACIONES.</b></p>	
<p><b>DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO</b></p>	<p>El instrumento consta de 18 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cron Bach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.</p>
<p>1. ¿Considera que los supermercados de Ferreñafe controlan que los clientes ingresen con doble mascarilla o protector facial?</p> <p>a) Nunca</p> <p>b) Casi nunca</p> <p>c) A veces</p> <p>d) Casi siempre</p> <p>e) Siempre</p>	<p>TA ( X )                      TD (   )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>2. ¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe controlan la temperatura al ingresar un cliente? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA ( X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
--	---

<p>3. ¿Al realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe, considera que se respeta el distanciamiento social obligatorio? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA ( X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
--	--

<p>4. ¿Considera que existe una aglomeración de personas en los supermercados de Ferreñafe? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA ( X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
--	---

<p>5. ¿Los supermercados de Ferreñafe controlan que no exista contacto físico entre clientes y colaboradores? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA( X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>6. ¿Considera que los supermercados de Ferreñafe, cuando detectan un caso presuntivo de covid-19, respetan la medida de aislamiento? a) Nunca b) Casi nunca</p>	<p>TA( X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	
<p>7. ¿En los supermercados de Ferreñafe se han detectado casos de formación del virus Covid-19 en clientes o colaboradores? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA(X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>8. ¿Los supermercados de Ferreñafe comunican a sus clientes sobre casos detectados y cierran sus establecimientos por un periodo determinado? a) Nunca</p> <p>b) Casi nunca</p> <p>c) A veces</p> <p>d) Casi siempre</p> <p>e) Siempre</p>	<p>TA(X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9. ¿Los supermercados de Ferreñafe realizan una limpieza adecuada a sus ambientes? a) Nunca</p> <p>b) Casi nunca</p> <p>c) A veces</p> <p>d) Casi siempre</p> <p>e) Siempre</p>	<p>TA(X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10. ¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe se</p>	<p>TA(X )                      TD( )</p>
<p>realiza una adecuada protección y desinfección de objetos y alimentos?</p> <p>a) Nunca</p> <p>b) Casi nunca</p> <p>c) A veces</p> <p>d) Casi siempre</p> <p>e) Siempre</p>	<p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>11. ¿Considera que los tiempos de espera en cola por pandemia en los supermercados de Ferreñafe es el adecuado? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA( X )                      TD(   )</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____ _____</p>
<p>12. ¿Considera que los colaboradores de los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia, mantienen una adecuada protección? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA( X )                      TD(   )</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____ _____</p>
<p>13. ¿Qué posibilidad existe de que recomiende a sus familiares o conocidos que asistan a realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia?  a) Nunca b) Casi nunca</p>	<p>TA( X )                      TD(   )</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	

<p>14. ¿Permanecería Ud. como cliente fiel de los supermercados de Ferreñafe? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA(X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>15. ¿Considera que la calidad de servicio en los supermercados de Ferreñafe, es la adecuada? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA(X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>16. ¿Siente algún riesgo de infección al asistir a realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA(X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>17. ¿Cuál es su nivel de satisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe? a) Nunca b) Casi nunca</p>	<p>TA(X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>18. ¿Cuál es su nivel de insatisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA(X )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>3. PROMEDIO OBTENIDO:</p>	<p>N° TA 18 _____ N° TD _____</p>
<p>4. COMENTARIO GENERALES</p>	
<p>5. OBSERVACIONES</p>	




---

Juez Experto

DR. MIRKO MERINO NÚÑEZ

N° de Colegiatura CLAD 16064

Experto N°3



**Facultad de Ciencias Empresariales  
Escuela de Administración**

<b>NOMBRE DEL JUEZ</b>		REYES REYES CARLA ANGELICA
	<b>PROFESION</b>	ADMINISTRACION
	<b>ESPECIALIDAD</b>	Gestión Pública
	<b>EXPERIENCIA PROFESIONAL( EN AÑOS)</b>	9 años
	<b>CARGO</b>	Docente
<b>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN</b>		
SEGURIDAD SANITARIA Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN TIEMPOS DE COVID-19 EN LOS SUPERMERCADOS DE FERREÑAFA-2021		
<b>DATOS DE LOS TESISISTAS:</b>		
<b>NOMBRE</b>	Félix López, Brian Gunter de Jesús	
<b>ESPECIALIDAD</b>	ESCUELA DE ADMINISTRACION	
<b>INSTRUMENTO EVALUADO</b>	Cuestionario de la Seguridad Sanitaria	
<b>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION</b>	<b>GENERAL:</b>	
	Determinar la relación entre la seguridad sanitaria y satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.	
	Analizar el nivel de seguridad sanitaria en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.	
	Diagnosticar el nivel de satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.	
Validar la relación entre la seguridad sanitaria y satisfacción del cliente en tiempos de Covid-19 en los supermercados de Ferreñafe – 2021.		

<p><b>EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS O RECOMENDACIONES.</b></p>	
<p><b>DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO</b></p>	<p>El instrumento consta de 18 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cron Bach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.</p>
<p> </p>	
<p>1. ¿Considera que los supermercados de Ferreñafe controlan que los clientes ingresen con doble mascarilla o protector facial?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA ( X )                      TD(   )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>2. ¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe controlan la temperatura al ingresar un cliente?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA ( X )                      TD(   )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>3. ¿Al realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe, considera que se respeta el distanciamiento social obligatorio? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA ( X )                      TD (   )</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____ _____</p>
<p>4. ¿Considera que existe una aglomeración de personas en los supermercados de Ferreñafe? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA ( X )                      TD (   )</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>5. ¿Los supermercados de Ferreñafe controlan que no exista contacto físico entre clientes y colaboradores? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA ( X )                      TD (   )</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____ _____</p>

<p>6. ¿Considera que los supermercados de Ferreñafe, cuando detectan un caso presuntivo de covid-19, respetan la medida de aislamiento?</p> <p>a) Nunca</p> <p>b) Casi nunca</p>	<p>TA( X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
--	---

<p>c) A veces</p> <p>d) Casi siempre</p> <p>e) Siempre</p>	
--	--

<p>7. ¿En los supermercados de Ferreñafe se han detectado casos de formación del virus Covid-19 en clientes o colaboradores?</p> <p>a) Nunca</p> <p>b) Casi nunca</p> <p>c) A veces</p> <p>d) Casi siempre</p> <p>e) Siempre</p>	<p>TA(X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
--	--

<p>8. ¿Los supermercados de Ferreñafe comunican a sus clientes sobre casos detectados y cierran sus establecimientos por un periodo determinado?</p> <p>a) Nunca</p> <p>b) Casi nunca</p> <p>c) A veces</p> <p>d) Casi siempre</p> <p>e) Siempre</p>	<p>TA(X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
--	---

<p>9. ¿Los supermercados de Ferreñafe realizan una limpieza adecuada a sus ambientes? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA(X )            TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____ _____ _____</p>
<p>10. ¿Considera que en los supermercados de Ferreñafe se</p>	<p>TA(X )            TD( )</p>

<p>realiza una adecuada protección y desinfección de objetos y alimentos? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____ _____</p>
<p>11. ¿Considera que los tiempos de espera en cola por pandemia en los supermercados de Ferreñafe es el adecuado? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA(X )            TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____ _____ _____</p>

<p>12. ¿Considera que los colaboradores de los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia, mantienen una adecuada protección? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA(X )            TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____ _____</p>
<p>13. ¿Qué posibilidad existe de que recomiende a sus familiares o conocidos que asistan a realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe en tiempos de pandemia? a) Nunca b) Casi nunca</p>	<p>TA(X )            TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	
<p>14. ¿Permanecería Ud. como cliente fiel de los supermercados de Ferreñafe? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA(X )            TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>

<p>15. ¿Considera que la calidad de servicio en los supermercados de Ferreñafe, es la adecuada? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA( X )                      TD(   )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>16. ¿Siente algún riesgo de infección al asistir a realizar sus compras en los supermercados de Ferreñafe? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA( X )                      TD(   )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>17. ¿Cuál es su nivel de satisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe? a) Nunca b) Casi nunca</p>	<p>TA( X )                      TD(   )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>18. ¿Cuál es su nivel de insatisfacción en cuanto al riesgo de infección en los supermercados de Ferreñafe? a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA(X )                      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>6. PROMEDIO OBTENIDO:</p>	<p>N° TA 18 _____ N° TD _____</p>
<p>7. COMENTARIO GENERALES</p>	
<p>8. OBSERVACIONES</p>	




---

CARLA ANGÉLICA REYES REYES

Colegiatura N°: 008889

DNI: 17435695

## Anexo 4. Solicitud de permiso y apoyo en investigación de empresa

### **"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"**

Chiclayo, 04 de Mayo del 2021

**Sr:**  
PAREDES ARADIEL ROCKY FERNANDO

**Gerente General**  
Hiperbodega Precio Uno Ferreñafe

**Asunto: Solicito permiso y apoyo en investigación.**

*De mi especial consideración:*

*Es grato dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo a nombre de la Escuela Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales - Universidad Señor de Sipán, asimismo conocedores de su alto espíritu de colaboración, solicitar su apoyo para que nuestros estudiantes del IX Ciclo, puedan realizar su respectiva INVESTIGACIÓN en su institución, en horarios coordinados con su despacho.*

*Detalle datos de los estudiantes:*

- Félix López, Brian Gunther de Jesús DNI: 76724365
- Plaza Muro, Martín Francisco DNI: 71550897

*Por lo que solicitamos, se sirva brindar las facilidades del caso a fin que nuestros alumnos no tenga inconvenientes y logren desarrollar su trabajo.*

*Agradecemos por anticipado la atención que brinde a la presente; y sea propicia la oportunidad para reiterar nuestra consideración y estima.*

*Atentamente,*

Dra. Janet Isabel Cubas Carranza  
Directora de EAP DE Administración  
Km5 carretera a Pimentel | CHICLAYO-PERU  
T. 074-481610 Anexo 6239  
[yicubasc@crece.uss.edu.pe](mailto:yicubasc@crece.uss.edu.pe)

Anexo 5.



Hiperbodegas PrecioUno – Siempre precios bajos

---

Ferreñafe, 19 de Mayo del 2021

DRA. JANET ISABEL CUBAS CARRANZA

DIRECTORA DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

**ASUNTO:** ACEPTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN

Saludarle cordialmente y a la vez mediante la presente dirigirme hacia usted para informarle que de parte de Hiperbodega Precio Uno – FERREÑAFE aceptamos que se realice el estudio de investigación por parte de los estudiantes en mención.

Sin más que agregar agradecerles por la consideración y expresarles nuestra estima.

Atentamente,

Rocky Paredes Aradiel  
Gerente de Tienda  
HIPERBODEGA PRECIO UNO-FERREÑAFE

---

Precio UNO Av. Tacna 449, Ferreñafe 14311, Peru  
Teléfono: 936 694 097  
[www.hiperbodegapreciouno.com.pe](http://www.hiperbodegapreciouno.com.pe)

## Anexo 5. Resolución



### FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES RESOLUCIÓN N° 0409-FACEM-USS-2021

Chiclayo, 25 de mayo de 2021.

#### VISTO:

El Oficio N°0115-2021/FACEM-DA-USS, de fecha 24 de mayo de 2021, presentado por la Directora de la Escuela Académico Profesional de Administración, y el proveído del Decano de la FACEM de fecha 24/05/2021, donde solicita la aprobación de Proyectos de Tesis, y:

#### CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con la Ley Universitaria N° 30220 en su artículo 45° que a la letra dice: Obtención de grados y títulos: La obtención de grados y títulos se realizará de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca en sus respectivas normas internas. Los requisitos mínimos son los siguientes: 45.1 Grado de Bachiller: requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa.

Que, según Art. 21° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Señor de Sipán, aprobado con Resolución de Directorio N°086-2020/PD-USS de fecha 13 de mayo de 2020, indica que los temas de trabajo de investigación, trabajo académico y tesis son aprobados por el Comité de Investigación y derivados a la facultad, para la emisión de la resolución respectiva. **El periodo de vigencia de los mismos será de dos años, a partir de su aprobación.**

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

#### SE RESUELVE

**ARTICULO ÚNICO: APROBAR** los Proyectos de Tesis, de los estudiantes de la Escuela Académico Profesional de Administración, del IX ciclo - semestre 2021 - I, a cargo del docente Dr. José William Córdova Chirinos, según se indica en cuadro adjunto.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE

Dr. EDGAR ROLAND TUESTA TORRES  
Decano(e)  
Facultad de Ciencias Empresariales

Mg. Carla Angélica Reyes Reyes  
Secretaria Académica  
Facultad de Ciencias Empresariales

Cc.: Escuela, Archivo

#### ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

#### CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel  
Chiclayo, Perú

[www.uss.edu.pe](http://www.uss.edu.pe)

N°	AUTOR	TITULO	LÍNEA
1.	- ALCALDE VIDAURRE MARTIN JESUS JOSIFAT - MUSAYÓN DÍAZ FIORELLA ARACELI	GESTIÓN DE TALENTO HUMANO Y DESEMPEÑO LABORAL EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CUJILLO, CAJAMARCA, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
2.	- BRAVO VILLEGAS NATALIE MIRELLA - CALLE YACTAYO CARLOS LUIS	GESTIÓN MUNICIPAL Y LA SEGURIDAD CIUDADANA EN LA URBANIZACIÓN FRANCISCO BOLOGNESI, DEL DISTRITO DE JOSÉ LEONARDO ORTIZ, CHICLAYO, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
3.	- GONZALES CHAMBA LUIS FERNANDO - DAVILA DAVILA ANA MELBA	ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO DE MARCA PARA INCREMENTAR LAS VENTAS EN LA INSTITUCIÓN TÉCNICA CERTUS, CHICLAYO, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
4.	- SAMAMÉ CALDERÓN CARLOS ALBERTO - VERA CANCINO ERIKA CATHERINE	RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN EFECTIVA COMO HERRAMIENTA PARA LOGRAR UN MAYOR RENDIMIENTO DE EMPLEADOS EN FQ SERVICIOS DIGITALES S.A.C. - CHICLAYO, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
5.	- LLAMO MONDRAGÓN JUAN CARLOS	PLAN DE EXPANSIÓN DE LA EMPRESA CORDILLERA DEL NOR ORIENTE S.A.C., COPALLIN - BAGUA, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
6.	- MARTINEZ CORDOVA ANALI - TANTALEAN CABREJOS JOSÉ RICARDO MARTIN	IMPLEMENTACIÓN DE CANALES DE ATENCIÓN DIGITAL PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN ELECTRO ORIENTE - JAÉN, CAJAMARCA, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
7.	- CHILÓN CHÁVEZ FREDDY ALONSO - GÁLVEZ VÁSQUEZ CARLOS ALBERTO	ESTRATEGIAS DE MARKETING 3.0 PARA LA CAPTACIÓN DE CLIENTES EN LA FERRETERÍA DANYEL, CHICLAYO, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
8.	- QUISPE HUAMAN CARMEN ROSA - HUERTADO PAREDES GILMER	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO, EN TIEMPOS DE PANDEMIA, PARA OPTIMIZAR EL POTENCIAL DE LOS COLABORADORES DE LA CURACAO, JAÉN, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
9.	- BALDERA DAMIÁN MARÍA ALEXANDRA - SABRERA AYQUIPA NORMA MERCEDES	MARKETING DE REDES SOCIALES PARA INCREMENTAR LAS VENTAS, EN TIEMPOS DE COVID, EN LA EMPRESA CORPORACIÓN EWTTO, CHICLAYO, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
10.	- DAVILA TORRES JORGE LUIS - CAMPOS LUCANO OMAR	EL CLIMA LABORAL Y SU RELACIÓN CON EL DESEMPEÑO DE LOS COLABORADORES DEL BCP - SUCURSAL CHICLAYO, 2021.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
11.	- ALVAREZ JIMENEZ SEGUNDO STEPHANO - CHINGUEL CARHUALLOCCLO ROGER	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE "HEALTHY FOOD" EN LA CIUDAD DE CHICLAYO, 2021.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

**ADMISIÓN E INFORMES**

074 481610 - 074 481632

**CAMPUS USS**

 Km. 5, carretera a Pimentel  
Chiclayo, Perú

[www.uss.edu.pe](http://www.uss.edu.pe)

12.	- MORALES VASQUEZ BRAYAN ALEJANDRO - SANTA CRUZ CHONLON DELVIS SMITH	DESEMPEÑO LABORAL Y SU RELACIÓN CON LOS BENEFICIOS ECONÓMICOS DE LOS COLABORADORES EN LA EMPRESA DANPER, CHICLAYO, 2021.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
13.	- BUSTAMANTE BRENIS - MELLANIE GIANELLA - REYES LA SERNA JULIO - ANTONIO TADEO	RELACIÓN ENTRE EL MARKETING DIGITAL Y LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA FERRETERÍA BRAYAN, FERRENAFE, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
14.	- OCAMPO TORRES KEYLA LUCERO - GUERRERO PEÑA CLAUDIA VIVIANA	MODELO DE LIDERAZGO PARA MEJORAR EL CLIMA LABORAL ANTE LA COVID 19 EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL UTCUBAMBA, AMAZONAS, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
15.	- CHÁVEZ BUELOT JOEL	CLIMA LABORAL Y SU INFLUENCIA EN EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE LOS TRABAJADORES DE LA DIRECCIÓN REGIONAL AGRARIA DE AMAZONAS, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
16.	- ALTAMIRANO HERNANDEZ CÉSAR ANTONY	PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DE LA CONSTRUCTORA Y CONSULTORA MEGRI E.I.R.L., CHICLAYO, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
17.	- REYES FLORES JHONY ROMULO	CONTROL INTERNO Y SU RELACIÓN EN EL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL DE LA FUERZA AÉREA, GRUPO AEREO N° 6, CHICLAYO, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
18.	- CUBAS MEDINA DORIS ANALÍ - HERNANDEZ HUAMAN JASMIN DE LOS ANGELES	SENTIDO DE PERTENENCIA Y DESEMPEÑO LABORAL EN LA EMPRESA FORTÍN COLORS SRL, CHICLAYO, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
19.	- FERNÁNDEZ FUENTES EDINSON LEE - OLIVA DE LA CRUZ CARLOS ALBERTO	EL PROCESO DE COBRANZA Y EL NIVEL DE MOROSIDAD EN LA CMAC PIURA S.A.C. - AGENCIA CUTERVO, CAJAMARCA, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
20.	- INOLOPÚ CABRERA LEYSI ARACELLI - PÉREZ HERNÁNDEZ EVERT	MARKETING INTERNO PARA OPTIMIZAR EL DESEMPEÑO LABORAL EN LA MUNICIPALIDAD JOSÉ LEONARDO ORTIZ, CHICLAYO, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
21.	- PLAZA MURO MARTIN FRANCISCO - FELIX LOPEZ BRIAN - GUNTHER DE JESUS	SEGURIDAD SANITARIA Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN TIEMPOS DE COVID19 EN LOS SUPERMERCADOS DE FERRENAFE, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
22.	- SALDAÑA VICENTE LUIS EDUARDO	CLIMA ORGANIZACIONAL Y ESTRÉS LABORAL EN LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA SERVICIOS GENERALES ADJ E.I.R.L., CHOTA, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
23.	- CAMPOS ZUMAETA RENZO MARTIN	LA MOTIVACIÓN DE LOS FUNCIONARIOS DE VENTANILLA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE BANBIF, CHICLAYO, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
24.	- ARIAS TARRILLO RUTH ESMERALDA - GONZALES CHAVEZ JENNER	RELACIÓN ENTRE EL DESEMPEÑO LABORAL Y NIVEL DE MOTIVACIÓN DE LOS FUNCIONARIOS DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LLAMA, CAJAMARCA, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

**ADMISIÓN E INFORMES**

074 481610 - 074 481632

**CAMPUS USS**

 Km. 5, carretera a Pimentel  
Chiclayo, Perú

[www.uss.edu.pe](http://www.uss.edu.pe)

Anexo 6. Formato N° T1 – C1 – USS (autorización del autor)



**FORMATO N° T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES)**  
(LICENCIA DE USO)

Pimentel, 25 de julio de 2021

Señores  
Vicerrectorado de Investigación  
Universidad Señor de Sipán  
Presente.-

El suscrito:  
FÉLIX LÓPEZ, Brian Gunther de Jesús, con DNI 76724365

En mí calidad de autor exclusivo de la investigación titulada: **SEGURIDAD SANITARIA Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN TIEMPOS DE COVID-19 EN LOS SUPERMERCADOS DE FERREÑAFE 2021**, presentado y aprobado en el año 2021 como requisito para optar el título de **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Programa Académico de ADMINISTRACIÓN, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APellidos y Nombres	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
Félix López Brian Gunther de Jesús	76724365	

## Anexo 7. Fotos



## Anexo 08. Turnitin

### Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**SEGURIDAD SANITARIA Y SU RELACIÓN  
CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN  
TIEMPOS DE COVID-19 EN LOS SUPE**

AUTOR

**Brian Gunther de Jesus Felix Lopez**

RECuento DE PALABRAS

**15862 Words**

RECuento DE CARACTERES

**86421 Characters**

RECuento DE PÁGINAS

**87 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**793.4KB**

FECHA DE ENTREGA

**Nov 12, 2023 5:14 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Nov 12, 2023 5:15 PM GMT-5**

#### ● 18% de similitud general

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

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

#### ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

## Anexo 9. Acta de originalidad de la investigación



### ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Abraham José García Yovera, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de Administración y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° **0409-FACEM-USS-2021**, presentado por el/la Bachiller, **Brian Gunther de Jesús Felix Lopez**, con su tesis Titulada **SEGURIDAD SANITARIA Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN TIEMPOS DE COVID-19 EN LOS SUPERMERCADOS DE FERREÑAFE 2021**

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del **18%** verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación, aprobada mediante Resolución de directorio N° 221-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 24 de noviembre de 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'A. García Yovera', is written over a horizontal line.

Dr. Abraham José García Yovera  
DNI N° 80270538  
Escuela Académico Profesional de Administración.