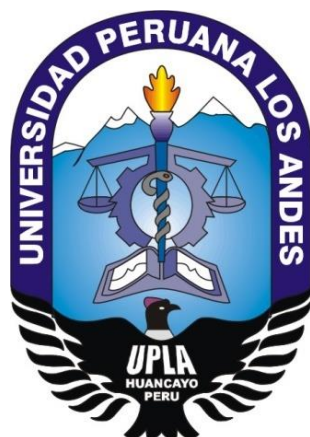


UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de Ciencias de la Salud
Escuela Profesional de Farmacia y Bioquímica



TESIS

- Título** : **SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS
CON LA ATENCIÓN RECIBIDA EN
FARMACIAS Y BOTICAS DE EL
TAMBO, HUANCAYO – 2021**
- Para Optar el** : **Título profesional de Químico Farmacéutico**
- Autora** : **Bachiller Jhoselyn Fiorella Torres Flores**
- Asesor** : **Q.F. Néstor Lazo Beltrán**
- Línea de
investigación
Institucional** : **Salud y Gestión de la Salud**
- Fecha de inicio y
término** : **24.08.21 al 23.08.22**

Huancayo – Perú 2022

Marzo

DEDICATORIA

A Dios, por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en mis momentos de debilidad.

A mis padres y mamita Emi, por confiar en mí y brindarme su apoyo incondicional en todo momento. A mi hija, que es mi fuerza para seguir adelante y mi motivación camino al éxito.

A mis maestros, por todas sus sabias enseñanzas.

Jhoselyn Fiorella Torres Flores

AGRADECIMIENTO

A Dios, por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar los obstáculos y dificultades a lo largo de mi vida.

A los docentes de la Escuela Profesional de Farmacia y Bioquímica de la Universidad Peruana los Andes, quienes con su conocimientos y dedicación contribuyeron en nuestra formación profesional, gracias por el apoyo brindado en todo momento.

A mis padres y abuelita, que gracias a sus valores, consejos y palabras de aliento que me han ayudado a crecer como persona y a luchar por mis sueños y metas. A mi hija que ha sido mi mayor motivación e inspiración para no rendirme y superarme y poder llegar a ser un ejemplo para ella.

Jhoselyn Fiorella Torres Flores

INTRODUCCIÓN

La investigación titulada “Satisfacción de los usuarios con la atención recibida en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo – 2021” se enmarca dentro de la Línea de investigación institucional: Salud y Gestión de la Salud, abordando un aspecto muy importante en la actualidad, como es el caso de la calidad de atención brindada en establecimientos farmacéuticos y la percepción del nivel de satisfacción por parte del público usuario o clientes que acuden a las boticas; pues ello se convierte en uno de los principales indicadores de la gestión desarrollada por dichos establecimientos, y sirve como una herramienta muy útil para establecer el diagnóstico de los procesos aplicados y una base importante para el diseño y aplicación de estrategias de mejora dirigidas a la búsqueda de la excelencia en la calidad de atención.

Considerando lo señalado, en el Capítulo I se han considerado los aspectos relacionados con la realidad problemática, en base a un análisis de la importancia de la calidad de atención en establecimientos farmacéuticos y su estrecho vínculo con el Nivel de satisfacción percibido por el cliente o público usuario, teniendo en cuenta que siempre deben existir políticas orientadas a la excelencia de la calidad en la atención y los servicios prestados boticas y farmacias. Por su parte, el Capítulo II contempla tres tópicos: el primero referente a los Antecedentes de estudio (en el ámbito internacional y nacional) en relación con la temática abordada, el segundo se refiere a la revisión de las Bases teóricas respecto a la variable de estudio (Satisfacción del usuario) y finalmente el tercero correspondiente Marco conceptual con la definición de términos.

En el Capítulo III se señala que en esta investigación no fue necesario formular hipótesis, pues se trató de un estudio de nivel descriptivo. Así mismo, el Capítulo IV contiene la definición conceptual y operacional de la variable única: Satisfacción del usuario.

En el Capítulo V se consideran los aspectos referidos a la Metodología de la investigación empleada en el presente estudio, estableciendo que se utilizó el método científico observacional, fue una investigación básica, transversal, prospectiva, de nivel descriptivo y de diseño no experimental (descriptivo transversal); cuya población estuvo conformada por todos los usuarios (clientes) que acudieron a diez Farmacias y diez Boticas del distrito de El Tambo (Huancayo, Junín) entre julio a setiembre del año 2021; para lo cual se trabajó con 384 personas escogidas a través de un muestreo no probabilístico intencional, a quienes se les aplicó una encuesta empleando un cuestionario SERVQUAL que permitió recoger información sobre las cinco dimensiones de la variable analizada.

En el mismo capítulo se menciona que primeramente se solicitó autorización a cada una de las Farmacias y Boticas elegidas, posteriormente se sometió a validación y confiabilidad el instrumento, según un cronograma de trabajo se identificaron aquellos usuarios que podrían participar en el estudio y tras una breve indicación acerca de la investigación y previa firma de consentimiento informado se les aplicaron las encuestas hasta completar el tamaño muestral. Los datos fueron organizados en tablas de doble entrada, presentados mediante figuras y procesados a través de estadísticos descriptivos. Para las consideraciones éticas se tuvieron en cuenta los lineamientos del Reglamento general de Investigación de la Universidad Peruana Los Andes, en sus Artículos 27° (Principios de la investigación) y 28° (Normas éticas).

El Capítulo VI contiene el presupuesto detallado de ingresos y egresos estimados para realizar la investigación y su correspondiente cronograma de actividades. En el Capítulo VII se encuentran las referencias bibliográficas, según el estilo Vancouver, las mismas que fueron debidamente citadas a lo largo de los capítulos II y V. Finalmente, se incluyen ocho Anexos que corresponden a los aspectos formales y complementarios del presente proyecto.

En el Capítulo V se presentan los resultados obtenidos, observándose que, según la dimensión Fiabilidad 51,0% se sintió satisfecho; en relación a la dimensión Capacidad de respuesta el 58,9% manifestó estar satisfecho; respecto a la dimensión Seguridad 54,7% resultó satisfecho; con relación a la dimensión Empatía 59,1% estuvo satisfecho y según la dimensión Elementos tangibles 58,6% de encuestados manifestó sentirse satisfecho.

Se concluye que, en 384 usuarios, el 60,7% se sintió satisfecho con la atención recibida en diez Farmacias y diez Boticas de El Tambo, Huancayo; entre julio a setiembre del año 2021; recomendando la divulgación de estos resultados hacia la comunidad científica, sociedad en general y establecimientos farmacéuticos; la preparación permanente para brindar un servicio cuidadoso, confiable, con disposición, buena voluntad y atención personalizada al público en general; contando siempre con instalaciones físicas y equipos en buen estado; así mismo, el desarrollo de estudios longitudinales y aplicados en relación a variables como Calidad de atención y Satisfacción de usuarios, en diferentes tipos de establecimientos sanitarios.

CONTENIDO

	Página
DEDICATORIA	Ii
AGRADECIMIENTO	Iii
INTRODUCCIÓN	Iv
CONTENIDO	vii
CONTENIDO DE TABLAS	x
CONTENIDO DE FIGURAS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1 Descripción de la realidad problemática	1
1.2 Delimitación del problema	3
1.3 Formulación del problema	3
1.3.1 Problema general	3
1.3.2 Problemas específicos	3
1.4 Justificación	4
1.4.1 Social	4
1.4.2 Teórica	4
1.4.3 Metodológica	4
1.5 Objetivos	5
1.5.1 Objetivo general	5
1.5.2 Objetivos específicos	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1 Antecedentes de estudio	6
2.1.1 Internacionales	6
2.1.2 Nacionales	8
2.2 Bases teóricas	10
2.2.1 Satisfacción del usuario	10
2.3 Marco conceptual	17

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS	
3.1 Hipótesis	19
3.2 Variable	19
3.2.1 Variable única: Satisfacción del usuario	19
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA	
4.1 Método de investigación	20
4.2 Tipo de investigación	20
4.3 Nivel de investigación	20
4.4 Diseño de la investigación	21
4.5 Población y muestra	21
4.5.1 Criterios de inclusión	22
4.5.2 Criterios de exclusión	22
4.6 Técnica e instrumento de recolección de datos	22
4.6.1 Técnica	22
4.6.2 Instrumento de recolección de datos	23
4.6.3 Procedimientos de la investigación	24
4.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos	24
4.8 Aspectos éticos de la investigación	25
CAPÍTULO V: RESULTADOS	
5.1 Descripción de resultados	27
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	34
CONCLUSIONES	38
RECOMENDACIONES	39
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	40
ANEXOS	
1. Matriz de consistencia	47
2. Matriz de operacionalización de la variable	49
3. Matriz de operacionalización del instrumento	50
4. Instrumento de recolección de datos	51
5. Validación del instrumento mediante juicio de expertos	53
6. Confiabilidad del instrumento mediante prueba piloto y cálculo de alfa de Cronbach	56

7. Solicitud de facilidades para realización de tesis	57
8. Consentimiento informado de los participantes	59
9. Data del procesamiento de datos	60
10. Fotografías de la aplicación del instrumento	67
11. Declaración de confidencialidad	68
12. Compromiso de autoría	69

CONTENIDO DE TABLAS

		Página
Tabla 1.	Nivel de satisfacción en 384 usuarios de diez farmacias y diez boticas de Huancayo, 2021	28
Tabla 2.	Nivel de satisfacción, según Fiabilidad, en 384 usuarios de diez farmacias y diez boticas de Huancayo, 2021	29
Tabla 3.	Nivel de satisfacción, según Capacidad de respuesta, en 384 usuarios de diez farmacias y diez boticas de Huancayo, 2021	30
Tabla 4.	Nivel de satisfacción, según Seguridad, en 384 usuarios de diez farmacias y diez boticas de Huancayo, 2021	31
Tabla 5.	Nivel de satisfacción, según Empatía, en 384 usuarios de diez farmacias y diez boticas de Huancayo, 2021	32
Tabla 6.	Nivel de satisfacción, según Elementos tangibles, en 384 usuarios de diez farmacias y diez boticas de Huancayo, 2021	33
Tabla 7.	Aplicación de la prueba piloto	56
Tabla 8.	Coeficiente de Cronbach para el Cuestionario de Satisfacción del usuario	56
Tabla 9.	Estadísticos de la escala	56

CONTENIDO DE FIGURAS

		Página
Figura 1.	Porcentajes del Nivel de satisfacción en 384 usuarios de farmacias y boticas de Huancayo, 2021	28
Figura 2.	Porcentajes del Nivel de satisfacción, según Fiabilidad, en 384 usuarios de farmacias y boticas de Huancayo, 2021	29
Figura 3.	Porcentajes del Nivel de satisfacción, según Capacidad de respuesta, en 384 usuarios de farmacias y boticas de Huancayo, 2021	30
Figura 4.	Porcentajes del Nivel de satisfacción, según Seguridad, en 384 usuarios de farmacias y boticas de Huancayo, 2021	31
Figura 5.	Porcentajes del Nivel de satisfacción, según Empatía, en 384 usuarios de farmacias y boticas de Huancayo, 2021	32
Figura 6.	Porcentajes del Nivel de satisfacción, según Elementos tangibles, en 384 usuarios de farmacias y boticas de Huancayo, 2021	33

RESUMEN

Los establecimientos farmacéuticos deben brindar productos y servicios que garanticen la satisfacción del usuario, para lo cual es necesario desarrollarse Gestión de calidad permanente, orientada a la mejora y excelencia en sus actividades, contando con herramientas e información diagnóstica sobre niveles de motivación, empatía o conductas relacionadas con la atención esperadas por los usuarios. Frente a ello, el presente estudio tuvo como objetivo general determinar el nivel de satisfacción de los usuarios con la atención recibida en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo. La investigación empleó el método científico observacional, siendo básica, transversal, prospectiva, de nivel descriptivo y diseño no experimental; cuya población estuvo conformada por todos los usuarios (clientes) que acudieron a diez Farmacias y diez Boticas del distrito de El Tambo (Huancayo, Junín) entre julio a setiembre del año 2021; y se trabajó con una muestra de 384 personas escogidas a través de muestreo no probabilístico intencional, a quienes se les aplicó una encuesta empleando un cuestionario SERVQUAL válido y confiable. Se encontró 51,0% de satisfacción en la dimensión Fiabilidad; 58,95 respecto a la dimensión Capacidad de respuesta; 54,7% con relación a la dimensión Seguridad; 59,1% respecto a la dimensión Empatía y 58,6% según la dimensión Elementos tangibles. Se concluye que el Nivel de satisfacción fue de 60,7%; siendo recomendable la capacitación constante para brindar un servicio cuidadoso, confiable y personalizado, contando siempre con instalaciones físicas y equipos en buen estado.

Palabras clave: Nivel de satisfacción, calidad de atención, establecimientos farmacéuticos, usuarios.

ABSTRACT

Pharmaceutical establishments must provide products and services that guarantee user satisfaction, for which it is necessary to develop permanent quality management, aimed at improvement and excellence in its activities, with tools and diagnostic information on levels of motivation, empathy or behaviors. related to the care expected by users. Faced with this, the present study had as a general objective to determine the level of satisfaction of users with the care received in Pharmacies and Pharmacies of El Tambo, Huancayo. The research used the observational scientific method, being basic, cross-sectional, prospective, descriptive level and non-experimental design; whose population was made up of all the users (customers) who went to ten Pharmacies and ten Pharmacies in the district of El Tambo (Huancayo, Junín) between July and September of the year 2021; and we worked with a sample of 384 people chosen through intentional non-probabilistic sampling, to whom a survey was applied using a valid and reliable SERVQUAL questionnaire. 51.0% satisfaction was found in the Reliability dimension; 58.95 regarding the Response Capacity dimension; 54.7% in relation to the Security dimension; 59.1% respect the Empathy dimension and 58.6% according to the Tangible Elements dimension. It is concluded that the level of satisfaction was 60.7%; Constant training is recommended to provide a careful, reliable and personalized service, always with physical facilities and equipment in good condition.

Keywords: Level of satisfaction, quality of care, pharmaceutical establishments, users.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

En los últimos la percepción que tienen los clientes o usuarios acerca de la calidad de atención o servicios recibidos ha cambiado considerablemente, pues inicialmente se enfocaba con las cualidades técnicas que caracterizaban a un determinado producto, para luego concentrarse más en lo que desea el usuario; es decir, hubo una transición de un aspecto objetivo hacia uno subjetivo.^{1,2}

La calidad de atención, según lo establecido por la Organización Mundial de la Salud (OMS), está definida como la comparación entre la percepción de lo recibido y el nivel deseado; lo cual no siempre es igual en todas las personas, surgiendo entonces el concepto de satisfacción, entendido como el conjunto de reacciones por parte de los usuarios frente a determinada atención recibida.³

En diversos campos en los que se desenvuelve la actividad humana, entre ellos el ámbito sanitario, el grado de satisfacción se convierte en un importante indicador del modelo de gestión de calidad en los establecimientos de salud, como por ejemplo las farmacias y boticas; ya que un elevado nivel de satisfacción se relacionada estrechamente con la conformidad y continuidad con el servicio solicitado en relación a sus expectativas.

En tal sentido, los establecimientos farmacéuticos deben garantizar la oferta de servicios y productos orientados a lograr la satisfacción del usuario o cliente consumidor, para lo cual es necesario que desarrollen acciones de gestión de calidad permanentes, las mismas que busquen la mejora y excelencia en sus actividades; siendo necesario contar con herramientas e información que les permita diagnosticar su nivel de motivación, empatía o conductas relacionadas con la atención que esperan los usuarios.⁴

Las farmacias y boticas son establecimientos que no solo brindan servicios de atención y consejería al público usuario, o dispensar medicamentos y diversos productos farmacológicos; pues también deben mostrar elementos como instalaciones, mobiliario, enseres y equipos acordes con sus actividades; siendo fundamental el conocimiento y profesionalismo del personal en relación al trato con el cliente, aspecto que es muy valorado.

Por si parte, la satisfacción del consumidor o usuario de establecimientos farmacéuticos se convierte en un factor de gran importancia para la evaluación de la calidad de servicio brindado, ya que se relaciona con el bienestar de los pacientes o beneficiarios directos, generando la confianza necesaria que les permita seguir con sus terapias farmacológicas o acudir en caso de requerir consejería respecto al manejo adecuado de los medicamentos.

En nuestro país, particularmente en la región Junín, se ha observado que muchas farmacias y boticas, a pesar de contar con personal calificado e instalaciones adecuadas para el expendio de medicamentos, han descuidado considerablemente el aspecto referido a la calidad de atención, evidenciándose conductas de indiferencia, falta de paciencia, empatía e incluso discriminación con el público; todo lo cual indudablemente puede conllevar al alejamiento de los usuarios, pérdida de confianza o búsqueda de otras alternativas que puedan aliviar sus dolencias, con posibles consecuencias adversas para su salud.

1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

La presente investigación será desarrollada en diez Farmacias y diez Boticas ubicadas en el distrito de El Tambo (Huancayo, Junín), entre los meses de julio a setiembre del año 2021 y estará limitada a la evaluación del grado de satisfacción por parte de los usuarios que acuden a dicho establecimiento.

Para ello tendrán en cuenta seis dimensiones como: Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad, Empatía y Elementos tangibles; las mismas que permitirán contar con un criterio de tipo diagnóstico, válido para el diseño y aplicación de políticas de gestión orientadas a la mejora de los procesos y alcanzar el mayor grado de excelencia en la calidad de atención al cliente o usuario.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1 Problema general

¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios con la atención recibida en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo?

1.3.2 Problemas específicos

- ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con la fiabilidad, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con la capacidad de respuesta, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con la seguridad, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con la empatía, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con los elementos tangibles, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo?

1.4 JUSTIFICACIÓN

1.4.1 Social

Con el desarrollo de este estudio fue posible determinar el nivel de satisfacción que percibe el público que acude a las Farmacias y Boticas, lo cual permitirá contar con información elemental que sirva como base para el diseño y puesta en práctica de estrategias orientadas a mejorar la calidad de atención ofrecida; lo cual beneficiará directamente a los clientes e indirectamente a sus respectivas familias, generando confianza, bienestar y permitiendo estrechar los vínculos entre este tipo de establecimiento y la sociedad.

1.4.2 Teórica

La presente investigación permitió acopiar datos que hicieron posible identificar el grado de satisfacción de los usuarios que acuden a las Farmacias y Boticas del distrito de El Tambo (Huancayo, Junín), en relación a cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles; lo cual enriquecerá y actualizará el bagaje de conocimientos sobre este importante indicador de gestión a nivel de establecimientos farmacéuticos. Así mismo, servirá de referencia para el desarrollo de posteriores estudios de corte longitudinal y aplicado en relación a políticas de calidad de servicio en establecimientos de similares características.

1.4.3 Metodológica

Para alcanzar los objetivos propuestos, se realizaron encuestas empleando un instrumento válido y confiable que permitió recoger información acerca de las dimensiones de la variable en estudio; el mismo que podrá ser utilizado para investigaciones sobre percepción de la satisfacción de usuarios en relación a la atención recibida en establecimientos sanitarios.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo general

Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios con la atención recibida en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo.

1.5.2 Objetivos específicos

- Identificar el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con la fiabilidad, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo.
- Identificar el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con la capacidad de respuesta, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo.
- Identificar el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con la seguridad, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo.
- Identificar el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con la empatía, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo.
- Identificar el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con los elementos tangibles, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE ESTUDIO

2.1.1 Internacionales

Choque E. et al.⁵ analizaron la satisfacción percibida por 108 clientes de 53 farmacias comunitarias independientes de la ciudad de Sucre (Bolivia), a través de una investigación cuantitativa, correlacional y transversal. Se encontró que 61,11% fueron clientes de sexo femenino; 53,7% señalaron que la localización accesibilidad a la farmacia es buena; así mismo, consideran buenos los horarios de atención (59,26%), trato y amabilidad del personal (56,48%); 43,52% de clientes calificaron a la sala de espera como regular, y 49,06% considera que información brindada es buena. Se concluye que los clientes se sienten satisfechos por la atención recibida.

Romero L.⁶ evaluó la satisfacción en 166 clientes en relación a la atención recibida en una cadena de farmacias del Cantón Machala (Ecuador), mediante un estudio descriptivo y aplicación de una encuesta estructurada con escala de medición tipo Likert que permitió analizar dimensiones referentes a la calidad del Servicio y/o producto recibido, precios, tipo de establecimientos y disponibilidad de atención. Se encontró que 62,62% de clientes consideran que el farmacéutico es amigable, 54,22% afirman que el farmacéutico está bien informado y 72,29% se sienten completamente satisfechos con la atención recibida. Se concluye que ciertos parámetros de evaluación a los consumidores deben ser direccionados adecuadamente a fin de permitir la aplicación de estrategias de mejora tanto a los clientes internos como externos.

Toaquiza N.⁷ analizó el nivel de satisfacción en 125 usuarios externos en una farmacia de Ambato (Ecuador), a través de un estudio deductivo, con enfoque cuali-cuantitativo, de tipo descriptivo y con el empleo de un cuestionario acorde al modelo SERVQUAL, con valoraciones tipo escala Likert. Se encontró que 56% de usuarios fueron de sexo femenino; 55,2% tuvieron nivel de instrucción secundario; 50% fueron mayores de 38 años; el 40% mostró satisfacción y 33,5% insatisfacción baja. Se concluye que hubo predominancia de satisfacción e insatisfacción baja y media, respectivamente; las brechas entre percepción y expectativa definen una mala calidad de atención en relación a todas las dimensiones.

Bofill A., López R. y Murguido Y.⁸ evaluaron la percepción sobre la Calidad de servicio en 150 usuarios de una farmacia de Matanzas (Cuba), mediante un estudio descriptivo, correlacional y aplicación del modelo Service Perfomance. Se encontró que la dimensión Fiabilidad tuvo la menor puntuación, mientras que Capacidad de respuesta, Empatía, Tangibilidad y Seguridad tuvieron regular valoración. Se concluye que existen problemas en la valoración de la Calidad del servicio que brinda la farmacia, debido a que un indicador resultó con baja evaluación y cuatro de nivel regular.

Alban M.⁹ analizó los factores que influyen sobre la decisión de compra en farmacias tradicionales y cadenas farmacéuticas en 384 clientes de Guayaquil (Ecuador), a través de una investigación descriptiva y transversal. Se encontró que las dimensiones Acogida (48%), Consejo médico (42%), Confiabilidad (43%) y Promoción (48%) fueron consideradas como buenas mayormente en cadenas de farmacias; mientras que Tiempo de atención (47%), Rapidez del servicio (45%) y Precio (49%) fueron consideradas como buenas predominantemente en farmacias independientes. Se concluye que los principales factores influyentes sobre el comportamiento de los consumidores son la buena imagen, promociones y variedad, pues afectan sus sentidos positivamente.

2.1.2 Nacionales

Briceño Y.¹⁰ analizó la dispensación de medicamentos relacionada con la satisfacción en 378 usuarios de cinco boticas del Centro Histórico de Trujillo (La Libertad), mediante un estudio descriptivo, transversal y correlacional con aplicación de dos cuestionarios; encontrando que la percepción sobre dispensación de medicamentos fue mala en 0,8%, regular en 39,2% y buena en 60,1%. Así mismo, 31,5% de usuarios estuvieron poco satisfechos y 68,5% satisfechos con respecto a la atención. Se concluye que existe relación alta y significativa entre dispensación de medicamentos y satisfacción, cuyo coeficiente de correlación de Spearman fue de 0,812.

Carajulca R. y Vargas V.¹¹ evaluaron la calidad de atención y satisfacción en 196 clientes de una botica en San Juan de Lurigancho (Lima), a través de una investigación con enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y empleo de cuestionarios sobre Calidad de atención farmacéutica y Satisfacción al cliente. Se encontró que la Calidad de atención percibida fue excelente (59,7%) y 59,2% de clientes resultaron muy satisfechos. Respecto a las dimensiones de Calidad de atención farmacéutica, se encontró calidad excelente en Seguridad (49,0%), Empatía (50,0%), Tangibilidad (50,0%), Fiabilidad (50,5%) y Capacidad de respuesta (48,0%). En lo referente a Satisfacción al cliente, resultaron muy satisfechos en las dimensiones Humanística (55,2%), Tecnológica-Científica (54,1%) y Entorno (61,7%). Se concluye que existe relación estadísticamente significativa entre Calidad de atención y la Satisfacción al cliente ($p=0,00$), en su mayoría ellos perciben una Calidad de atención farmacéutica excelente y se encuentran muy satisfechos.

Montenegro L.¹² describió las opiniones de satisfacción en 420 usuarios de 12 farmacias y boticas de Chiclayo (Lambayeque), mediante una investigación cuantitativa y de tipo descriptivo. Se encontró que 76% de usuarios está de acuerdo con que el tiempo dedicado por el farmacéutico para su consulta; el 70% afirma que el farmacéutico interpretó adecuadamente sus consultas; el 69% de ellos considera que el farmacéutico le explicó claramente las razones de tratamiento; el 48% de

usuarios sostiene que el farmacéutico le informó sobre los efectos secundarios de los fármacos; el 80% de usuarios afirma que el farmacéutico demostró seguridad al momento de dar indicaciones y 76% de ellos considera que el farmacéutico transmitió confianza al momento de la consulta. Se concluye que el nivel de satisfacción de los usuarios es alto.

Pacahuala M.¹³ evaluó el grado de satisfacción en 374 usuarios con respecto a la atención brindada en once boticas y farmacias de Huaycán (Ate, Lima), mediante una investigación correlacional y transversal se aplicó un cuestionario con escala de Likert. Se encontró que 29,41% de los encuestados fueron varones; 70,59% acudieron a boticas y 29,41% a farmacias. Con respecto a cada dimensión, en Fiabilidad el 36,36% quedó satisfecho; en Sensibilidad el 38,37% resultó satisfecho; en Elementos tangibles el 38,58% lo consideró aceptable; en Seguridad el 37,43% quedó satisfecho y en Empatía el 40% resultó satisfecho. Se concluye que 37,19% de usuarios estuvieron satisfechos y 20,29% muy satisfechos con la atención brindada en las farmacias y boticas.

Huamán J.¹⁴ investigó sobre la satisfacción en 383 usuarios atendidos en una cadena de boticas de Huaycán, (Ate, Lima), mediante un estudio descriptivo con diseño observacional y aplicación de encuestas empleando un cuestionario Modelo SERVPERF (Percepciones del Modelo SERVQUAL); concluyendo que 68,1% de usuarios percibe un nivel de satisfacción alto con relación a la atención recibida; 31,9% de ellos percibe satisfacción media y ninguno percibe satisfacción baja.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 Satisfacción del usuario

A. Definición

Según lo referido por Andía et al., el grado de satisfacción se considera como una práctica comparativa racional entre lo esperado y recibido en relación a un servicio o producto ofertado; la misma que se encuentra asociada a una valoración moral y cultural, así como necesidades personales.¹⁵

Por otro lado, la satisfacción es un concepto abstracto que emplea un cliente para medir el grado de utilidad de un producto o servicio, según la finalidad establecida por él mismo.¹⁶

Anteriormente la satisfacción al cliente se relacionaba directamente con un trabajo bien realizado, pero en la actualidad es un criterio de carácter más científico y muy importante en marketing, siendo un indicador económico que mide cómo un servicio o producto alcanza o supera las expectativas del número o porcentaje total de consumidores; también concebido como el estado de ánimo resultante de la comparación entre el rendimiento de un servicio y las expectativas sobre el mismo.¹⁷

Bajo el marco de Gestión de la calidad en Sistemas de salud, la satisfacción del usuario queda definida como la medida en que la atención sanitaria otorgada y el estado de salud resultante cumplen con las expectativas del paciente; es decir, se convierte en una representación subjetiva que deriva luego del cumplimiento, o no, de la expectativa del usuario con respecto al servicio recibido. Por lo tanto, la satisfacción se valora en función de la complacencia del usuario en relación a sus expectativas para alcanzar la solución a sus necesidades, sean reales o percibidas.^{18,19}

B. El usuario y su satisfacción^{20,21}

La satisfacción del usuario implica una experiencia racional o cognoscitiva, derivada de la comparación entre las expectativas y el comportamiento del producto o servicio; está subordinada a numerosos factores como expectativas, valores morales, culturales, necesidades personales y a la propia organización prestadora del servicio.

Estos elementos condicionan que la satisfacción sea diferente para distintas personas y para la misma persona en diferentes circunstancias. El objetivo de los servicios sanitarios es satisfacer las necesidades de sus usuarios, y el análisis de la satisfacción es un instrumento de medida de la calidad de la atención de salud.

Abordar las inquietudes del usuario externo es tan esencial para la atención de buena calidad como la competencia técnica. Para el usuario, la calidad depende principalmente de su interacción con el personal de salud, de atributos tales como tiempo de espera, buen trato, privacidad accesibilidad de la atención y sobretodo, de que obtenga el servicio que busca. Por lo tanto, es uno de los resultados más importantes de prestar servicios de buena calidad, dado que influye de manera determinante en su comportamiento; entonces, la satisfacción del cliente puede influir en:

- El hecho que el usuario procure o no procure atención.
- El hecho de que el usuario siga o no siga las instrucciones del prestador de servicios.
- El hecho de que el usuario regrese o no regrese al prestador de servicios.

La calidad de servicio o satisfacción del usuario es más difícil de medir, no se puede almacenar, es complicada de inspeccionar, no se puede anticipar un resultado, no tiene vida, solo tiene una duración muy corta se ofrecen bajo demanda, depende mucho de las personas de menores sueldos; todo esto hace que la calidad de un servicio sea juzgada por el cliente en el instante en que lo está recibiendo; además, considera que los principales factores que determinan la satisfacción del usuario son el comportamiento, actitud y habilidad del empleado en proporcionar

el servicio, el tiempo de espera y el utilizado para ofrecer el servicio; y, los errores involuntarios cometidos durante la prestación del mismo.

Asimismo, en lo que respecta a las actitudes se espera que el servidor sea amistoso, atento, responsable, educado, amable, cortés, etc. Su apariencia se ve influenciada por el uso de vestimenta apropiada, limpieza y aspecto general de su persona. En cuanto al comportamiento, debe ofrecer respuesta rápida, dar explicaciones claras, mostrar respeto al cliente, utilizar un lenguaje adecuado y saber escuchar con atención al cliente. La satisfacción del usuario depende no solo de la calidad de los servicios sino también de las expectativas del mismo. El usuario está satisfecho siempre y cuando los servicios que recibe cubren o exceden sus expectativas.

C. Dimensiones de la satisfacción del usuario

Las características propias de los servicios que influyen de forma determinante en su evaluación. El hecho de que sean intangibles, que el usuario participe en la producción, que no se puedan retirar de la cadena productiva si son defectuosos porque su producción es simultánea a su consumo, todo ello impide controlar al cien por ciento la calidad final de la prestación. La calidad del servicio es la «calidad percibida» y, viene determinada por la diferencia entre las expectativas que se tienen del servicio y lo que se cree que se ha recibido del mismo. Si el usuario opina que el resultado es superior o igual a lo que espera, la calidad percibida será satisfactoria. Lo contrario conducirá a una evaluación negativa de la calidad. Cuando un cliente valora la calidad de un servicio, no disocia sus componentes, la juzga como un todo. Lo que prevalece es la impresión de conjunto y no el éxito relativo de una u otra acción específica.²²

Diversos autores definen la Calidad como la discrepancia entre las expectativas y las percepciones que recibe el cliente. Está más satisfecho si sus percepciones sobre el servicio recibido superan las expectativas que tenía depositadas en él:

Existe un conjunto de factores que contribuyen a formar las expectativas que tienen los clientes antes de recibir un servicio. Son sus necesidades y características individuales, las experiencias previas que ha tenido en otros contactos con la institución sanitaria, la comunicación y la transmisión oral de otros clientes y finalmente, la imagen externa que tiene la institución proveedora de servicios.²³

La percepción del usuario se refiere a cómo éste estima que la organización está cumpliendo con la entrega del servicio, de acuerdo a como él valora lo que recibe. Mientras que las expectativas del usuario definen lo que espera que sea el servicio que entrega la organización; esta expectativa se forma básicamente por sus experiencias pasadas, sus necesidades conscientes, comunicación de boca a boca e información externa.²³

Tomando como base el aporte de Parasuraman A, Zeithaml V, Berry L.²⁴, se han desarrollado cinco criterios medibles:

1. Elementos Tangibles

Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales que interviene o utilizado en la prestación del servicio. Pueden ser en la imagen percibida por el usuario del servicio y en la generación de contradicciones entre las expectativas producidas por la comunicación al usuario del servicio prometido, con la realidad mismo por parte del servicio. En una empresa de servicios todo comunica, no se ha de olvidar que el cliente no tiene conocimientos técnicos por evaluar la calidad intrínseca y, que utiliza elementos no técnicos y marcadamente subjetivos por juzgar la calidad del servicio que recibe.

2. Fiabilidad

Habilidad de realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Dentro de este término se incluyen aspectos de coherencia de la información brindada a las instituciones, consistencia en el grado en que las actuaciones posteriores dan respuesta a las expectativas que los mismos profesionales han creado y puntualidad de la hora de dar el servicio.

3. Capacidad de respuesta

Disposición y voluntad por ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido. Posiblemente, se puede asimilar la capacidad de respuesta a la actitud del tipo “ningún problema” (es decir, agilidad, imaginación, creatividad, voluntad de salirse). Esta actitud se contrapone a la del tipo “este no es mi problema” (que quiere decir rigidez, pereza, aferrarse a las normas, estar a la defensiva, etc.).

4. Seguridad

Conocimientos y atención mostrados por todos los profesionales y sus habilidades por inspirar credibilidad y confianza. Es el que también denominamos profesionalidad (calidad de la persona que ejerce una actividad con gran competencia). Hablamos de un buen profesional, si somos capaces de dar una buena respuesta a las necesidades de atención de los clientes, no sólo una correcta atención técnica (competencia técnica), sino mediante un proceso de atención correcta (cortesía, credibilidad, seguridad y confidencialidad).

5. Empatía

Atención individualizada que ofrecen las organizaciones a sus clientes. Una relación empática aumenta la cooperación, el cumplimiento de la parte del proceso que debe hacer el enfermo y la percepción de calidad de servicio. La empatía se mejora con una buena comunicación, a sabiendas de escuchar, teniendo en cuenta el punto de vista del cliente y manteniéndolo bien informado

Además de cualificar los atributos de la calidad de servicios, los usuarios pueden conceder importancia a estos criterios. De acuerdo con la metodología SERVQUAL, la importancia relativa que los usuarios conceden a estos criterios, en una escala de 100, es:

- Fiabilidad 32%
- Capacidad de respuesta 22%
- Seguridad 19%
- Empatía 16%
- Elementos tangibles 11%

D. Beneficios de la satisfacción del usuario

Desde el punto de vista empresarial, el logro de la satisfacción del cliente o público consumidor tendrá los siguientes beneficios: lealtad (traducida como futuras ventas), difusión gratuita (ganancia de nuevos clientes) y determinada participación o posicionamiento en el mercado.²⁵

La gestión de empresas inteligentes busca complacer al cliente ofreciendo sólo lo que son capaces de entregar, y entregando luego más de lo que inicialmente prometieron; lo cual depende del grado de satisfacción de sus clientes. Es posible determinar la lealtad hacia una marca, institución o empresa, pues un cliente no satisfecho cambiará inmediatamente; a su vez, un cliente satisfecho mantendrá su lealtad hasta hallar algún otro proveedor con una mejor oferta. Sin embargo, un cliente complacido será muy leal debido a que siente afinidad emocional.²⁶

E. Medición del Nivel de Satisfacción

1. Modelo SERVQUAL (SERVice QUALity)

Ideado por Parasuraman A., Zeithaml V. y Berry L. en 1988,²⁴ con sus respectivas dimensiones, ha tenido constantes cambios a lo largo del tiempo. Mide la calidad de servicio, permitiendo conocer las expectativas y percepciones del usuario con respecto al servicio brindado en base al análisis de sus opiniones sobre aspectos cualitativos y cuantitativos. Es un instrumento que hace posible establecer comparaciones entre diversas instituciones y cuenta con cinco dimensiones:²⁷

a. Fiabilidad

Considera que el servicio se brinda de manera cuidadosa, otorgando solución a los problemas derivados, cumpliendo ofrecimientos y manteniendo buenos precios.

b. Capacidad de respuesta

Referida al interés y disposición para apoyar al usuario, junto con un rápido y adecuado servicio, actuando con criterio frente a cualquier problema o queja; respondiendo de forma adecuada las preguntas formuladas por el usuario.

c. Seguridad

Relacionada con el conocimiento, habilidades y atención que brinda el personal; lo cual inspira credibilidad y confianza en el cliente.

d. Empatía

Se refiere a la atención personalizada brindada al usuario; transmitiendo el servicio de acuerdo a su gusto y expectativas.

e. Elementos tangibles

Contempla la infraestructura, materiales, instalaciones, equipos y personal con que se cuenta para ofrecer el servicio.

2. Modelo SERVPERF (SERVice PERFormance)

Propuesto por Cronin J. y Taylor S. en 1994,²⁸ se presenta como alternativo al SERVQUAL, conteniendo sus mismos ítems y dimensiones, pero presta una mayor atención a la valoración del desempeño; además, elimina la parte referida a las expectativas del cliente. Las dimensiones de este modelo están consideradas tomando como base el modelo SERVQUAL:²⁹

a. Elementos tangibles (Tangibilidad)

Apariencia en relación a las instalaciones físicas, y materiales de comunicación, equipos y personal.

b. Fiabilidad

Habilidades para ofrecer el servicio de manera cuidadosa y confiable.

c. Capacidad de respuesta

Disposición y voluntad, por parte de los empleados, para brindar ayuda al usuario y otorgar un servicio rápido.

d. Seguridad

Conocimiento, atención y habilidad demostrada por el trabajador para inspirar confianza y credibilidad en el usuario.

e. Empatía

Atención individualizada que ofrece el empleado hacia el cliente.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 Atención farmacéutica

Es el proceso o actividad cooperativa orientada hacia la provisión y consejería responsable en relación la terapia farmacológica para un paciente individualizado. Es un rol exclusivo del Profesional Químico Farmacéutico, con lo cual se busca mejorar la salud y calidad de vida del paciente.³⁰

2.3.2 Calidad de servicio

Cualidades inherentes a un servicio, que permiten percibirlo como semejante, mejor o peor que otros de similares características. Se define también como el nivel de satisfacción del cliente.³¹

2.3.3 Confiabilidad en la atención

Es una de las dimensiones que permite evaluar el grado de satisfacción de los clientes frente al servicio o atención recibida. Abarca el conjunto de conocimientos, habilidades y experiencias demostrados por parte del personal encargado de interactuar con el usuario, inspirando en él mayor confianza y credibilidad.¹⁸

2.3.4 Establecimiento farmacéutico

Es todo establecimiento dedicado a producir, almacenar, distribuir, comercializar, dispensar, controlar o asegurar la calidad de medicamentos o sus materias primas, dispositivos médicos y demás productos autorizados bajo el amparo del D.S 014-2011-S.A.³²

2.3.5 Farmacias o boticas

Son Oficinas farmacéuticas donde se realizan preparados farmacéuticos, también están dedicadas a la dispensación y expendio de productos farmacéuticos, productos sanitarios, dispositivos médicos (excepto equipos biomédicos o de tecnología controlada) al consumidor final.³³

2.3.6 Garantía de la atención

Dimensión que permite evaluar el nivel de satisfacción de usuarios. se relaciona con la habilidad demostrada por parte del personal que brinda el servicio de manera cuidadosa y fiable, sin incurrir en errores, desaciertos e imprecisiones.¹⁷

2.3.7 Organización

Grupo conformado por trabajadores dedicados al logro una o varias metas propuestas previamente, empleando para ello la diferenciación de funciones y tareas, estableciendo sistemas de dirección y coordinación racionales, delimitación de tiempo y espacio, así como instrumental y tecnológica.³⁴

2.3.8 Respuesta inmediata

Dimensión referida a la evaluación de la disposición voluntaria para proporcionar rápidamente un determinado servicio, además de hacerlo oportuna y puntualmente.¹⁹

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS

3.1 HIPÓTESIS

No amerita, por ser una investigación de nivel descriptivo.

3.2 VARIABLE

3.2.1 VARIABLE ÚNICA: Satisfacción de los usuarios

A. Definición conceptual

“Grado de cumplimiento por parte de una organización de salud, respecto a las expectativas y percepciones del usuario en relación a los servicios que esta le ofrece.”²¹

B. Definición operacional

La evaluación de la percepción de los usuarios, en relación a la calidad de atención recibida, estuvo basada en la medición de cinco dimensiones: Elementos tangibles, Confiabilidad en la atención, Garantía de la atención, Respuesta inmediata y Empatía mostrada.

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

La investigación tuvo como base el empleo del método científico observacional, debido a que el estudio describió las características del fenómeno de interés: Satisfacción de los usuarios; a partir del acopio de información sin manipular la variable.³⁵

4.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El estudio fue de tipo básico, pues se recolectaron datos actualizados sobre la percepción de los usuarios de una botica en relación a la calidad de atención recibida por el acto farmacéutico, con lo cual se enriqueció con la información y conocimientos teóricos acerca de la Gestión de calidad en establecimientos farmacéuticos y la Atención Farmacéutica; sirviendo como base para el desarrollo de futuras investigaciones. Así mismo, fue de tipo transversal y prospectivo, debido a que el recojo de información se realizó una sola vez dentro de un determinado periodo de tiempo y con posterioridad a la aprobación del plan de tesis.³⁶

4.3 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio se ubica en el nivel descriptivo, quedando limitado a la descripción de la única variable (Satisfacción de usuarios), sin que ésta sea manipulada deliberadamente por la investigadora.³⁷

4.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Se empleó un diseño no experimental, de tipo descriptivo transversal.³⁸

$$M_1 \longrightarrow O_1$$

Donde:

M = Muestra (usuarios externos de Farmacias y Boticas)

O = Observación (información obtenida a través de encuestas)

4.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población estuvo conformada por todos los usuarios externos que adquirieron medicamentos o productos farmacológicos en diez Farmacias y diez Boticas del distrito de El Tambo (Huancayo, Junín) entre los meses de julio a setiembre del año 2021. Debido a que se desconocía el número total de usuarios, para calcular el tamaño muestral se aplicó la siguiente fórmula para una población infinita:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2}$$

Donde:

n = Tamaño de muestra

Z = Coeficiente para un nivel de confianza prefijado (para el estudio fue de 95%)

p = Proporción de éxito (para el estudio fue de 0,5)

q = Proporción de fracaso (para el estudio fue de 0,5)

E = Precisión deseada (para el estudio fue de 5%)

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,5 \times 0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416) \times (0,25)}{(0,0025)}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384$$

Por lo tanto, se trabajó con una muestra constituida por 384 usuarios, que fueron escogidos mediante muestreo no probabilístico, considerando los siguientes criterios:

4.5.1 Criterios de inclusión

Usuarios externos mayores de 18 años que buscan consejería, adquieren medicamentos o productos farmacológicos en Farmacias y Boticas (El Tambo, Huancayo), que deseen participar de forma voluntaria en la investigación previa firma de consentimiento informado.

4.5.2 Criterios de exclusión

Personal trabajador de la botica, usuarios menores de edad, que no deseen participar voluntariamente en el estudio y que no firmen el consentimiento informado.

4.6 TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

4.6.1 Técnica

Se empleó la técnica de la encuesta, a través de la cual se colectaron datos procedentes de fuentes directas (usuarios de Farmacias y Boticas), en relación con las dimensiones e indicadores de la variable de estudio.

4.6.2 Instrumento de recolección de datos

La información acerca de la satisfacción de los usuarios se colectó mediante el empleo de un cuestionario SERVQUAL de 20 preguntas, empleado en investigaciones de pre y posgrado para evaluar la satisfacción de usuarios en establecimientos como farmacias y boticas.

A. Instrumento para medir Satisfacción del usuario

I. Aspectos generales

- Nombre del test : Cuestionario SERVQUAL
- Autora : Briceño Y. (2020)¹⁰
- Forma de aplicación : Individual
- Objetivo : Medir la Satisfacción del usuario
- Escala : tipo Likert
- Número de ítems : 20 preguntas
- Duración : 15 minutos
- Estructuración : Cinco dimensiones

II. Calificación

El puntaje total resultará de la suma obtenida de las respuestas de cada ítem; la calificación oscilará entre 20 y 140; por lo tanto,

Percepción	Puntuación
Insatisfecho	20 – 60
Poco satisfecho	61 – 100
Satisfecho	101 – 140

III. Componentes de la prueba

- Dimensión I: Fiabilidad, compuesta por los ítems: 1 al 6.
- Dimensión II: Capacidad de respuesta, conformada por los ítems: 7 al 10.
- Dimensión III: Seguridad, conformada por los ítems: 11 al 14.
- Dimensión IV: Empatía, compuesta por los ítems: 15 a 17.
- Dimensión V: Elementos tangibles, conformada por los ítems: 18 al 20.

B. Validez y confiabilidad

El instrumento fue sometido a prueba de validez mediante opinión por juicio de tres expertos (Anexo 5) y su confiabilidad se determinó calculando el alfa de Cronbach, a través de una prueba piloto con 25 individuos.

4.6.3 Procedimientos de la investigación

- Solicitud de permiso a los establecimientos (diez Farmacias y diez Boticas) ubicadas en el distrito de El Tambo (Huancayo, Junín).
- Diseño y validación del cuestionario mediante opinión por juicio de expertos.
- Elaboración de un cronograma de trabajo, sin interferir con las actividades cotidianas de las Farmacias y Boticas.
- Identificación de los usuarios externos, según el tamaño muestral, que acudieron a los establecimientos, alcances sobre la naturaleza y objetivos del estudio, firma de consentimiento informado y aplicación del cuestionario.
- Implementación de protocolo de Bioseguridad: uso obligatorio de doble mascarilla con protector facial, desinfección con alcohol de 70° en todo momento y lavado regular de manos con agua y jabón por espacio de 30 segundos, así como cumplimiento al distanciamiento social de 1,5 metros entre las personas. En caso de incumplimiento se postergó la aplicación del cuestionario.

4.7 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

La información colectada se organizó en cuadros de doble entrada, presentada mediante figuras, procesada e interpretada mediante estadísticos descriptivos (distribución de frecuencia). Para la clasificación del Nivel de Satisfacción se estableció la siguiente escala ordinal: Satisfecho (101-140 puntos), Poco satisfecho (61-100 puntos) e Insatisfecho (20-60 puntos). Se trabajó con una base de datos empleando la hoja de cálculo Microsoft Excel 2013 y Software SPSS 24.0.

4.8 ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN

Durante el desarrollo del estudio se tomaron en cuenta permanentemente los lineamientos establecidos en el Reglamento general de Investigación de la Universidad Peruana Los Andes,³⁹ específicamente en los artículos:

4.8.1 Art. 27°: Principios que rigen la actividad investigativa

A. Beneficencia y no maleficencia

Se aseguró el absoluto bienestar e integridad de los 384 usuarios encuestados, sin causarles ningún tipo de daño físico ni psicológico, guardando el anonimato y confidencialidad sobre sus identidades.

B. Protección al medio ambiente y el respeto de la biodiversidad

Durante el curso de la investigación se evitó el causar acciones lesivas contra la naturaleza y biodiversidad, evitando el uso excesivo de papel.

C. Responsabilidad

La autora manifiesta haber actuado responsablemente en relación a los alcances, pertinencia y repercusiones del presente estudio, tanto a nivel individual, social e institucional.

D. Veracidad

La investigadora garantiza la total veracidad correspondiente al presente estudio en todas sus fases, desde la elaboración del respectivo proyecto, recolección y análisis de datos, hasta la presentación del Informe final.

4.8.2 Art. 28°: Normas de comportamiento ético

- A.** Se ha desarrollado una investigación que guarda coherencia y pertinencia respecto a la Línea de investigación institucional, habiéndose procedido en todo momento con el debido rigor científico. Se asegura la total validez y fiabilidad de los métodos y técnicas empleadas para la recolección y procesamiento de datos.

- B.** La autora asume la responsabilidad del presente estudio, estando plenamente consciente de sus posibles consecuencias a nivel individual, social y académico. Se garantiza el total anonimato de los participantes y la confidencialidad de la información recabada.
- C.** Los hallazgos obtenidos se reportarán de manera transparente, oportuna y completa hacia la comunidad científica; manejando sigilosamente la información, sin emplearla para lucro personal, ilícito o propósitos diferentes a la investigación.
- D.** Se asegura haber cumplido con las normas institucionales, nacionales e internacionales en relación a la investigación, protección de los participantes y medio ambiente; asegurando la inexistencia de conflictos de interés por parte de la autora y del asesor.
- E.** Para su correspondiente publicación científica se evitará caer en falsificación de datos, plagio, inclusión de autores ajenos a la investigación o publicación repetida de los mismos hallazgos; sin aceptarse cualquier tipo de subvención que sea inconsistente a lo establecido en la Visión, Misión y Reglamento de Propiedad Intelectual de la Universidad Peruana Los Andes.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.1 DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

En la Tabla 1 se muestran los resultados generales para Nivel de satisfacción de los 384 usuarios encuestados, donde se observa que 233 (60,7%) estuvieron satisfechos con la atención recibida.

Por su parte, en la Tabla 2 se presentan el nivel de satisfacción según la dimensión Fiabilidad, donde 196 usuarios (51,0%) estuvo satisfecho y 184 (47,9%) poco satisfecho con la atención recibida. A su vez, la Tabla 3 muestra que –en relación a la Capacidad de respuesta- el 58,9% de encuestados estuvo satisfecho y 39,6% poco satisfecho.

La Tabla 4 muestra los niveles de satisfacción según la dimensión Seguridad, advirtiéndose que 210 usuarios (54,7%) resultó satisfecho, mientras que 173 (45,1%) manifestó sentirse poco satisfecho. En la Tabla 5 se presentan los resultados según niveles de satisfacción para la dimensión Empatía, donde 227 encuestados resultaron satisfechos (59,1%) y 147 (38,3%) estuvieron poco satisfechos.

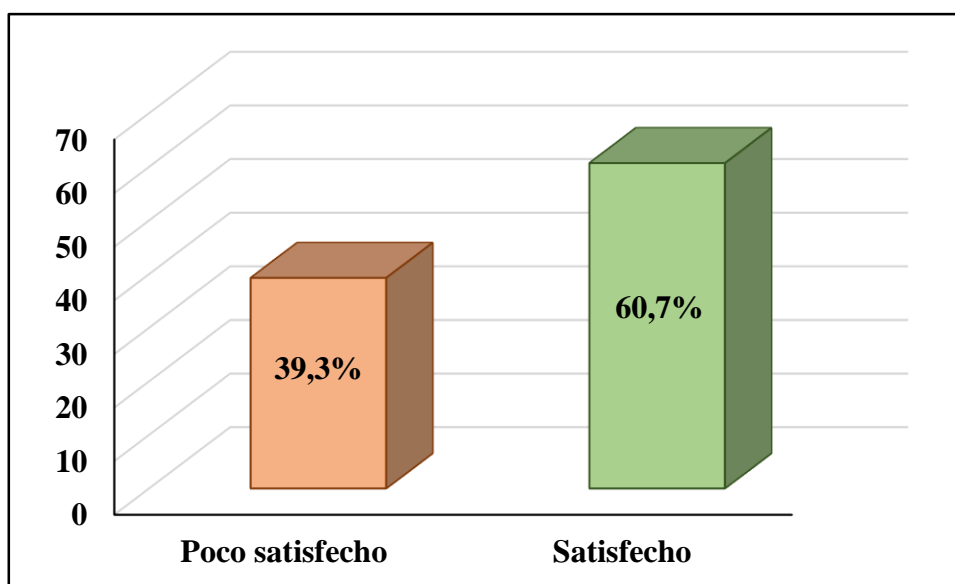
En la Tabla 6 se observan los niveles de satisfacción para la dimensión Elementos tangibles, donde 58,6% de usuarios manifestaron estar satisfechos y 34,4% poco satisfechos con la atención recibida en las farmacias y boticas.

5.1.1 Nivel de satisfacción de los usuarios con la atención recibida

Tabla 1. Nivel de satisfacción en 384 usuarios de diez farmacias y diez boticas de Huancayo, 2021

Percepción del usuario	Frecuencia	Porcentaje (%)
Poco satisfecho	151	39,3
Satisfecho	233	60,7
Total	384	100,0

Fuente: Ficha de recolección de datos, noviembre 2021



Fuente: Datos de la Tabla 1

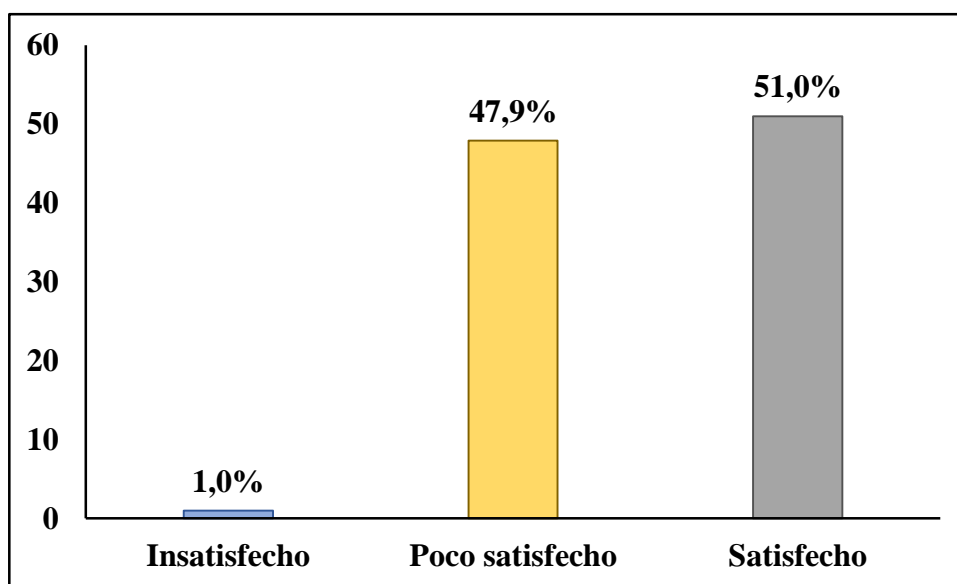
Figura 1. Porcentajes del Nivel de satisfacción en 384 usuarios de farmacias y boticas de Huancayo, 2021

5.1.2 Nivel de satisfacción de los usuarios en relación con la dimensión Fiabilidad

Tabla 2. Nivel de satisfacción, según Fiabilidad, en 384 usuarios de diez farmacias y diez boticas de Huancayo, 2021

Fiabilidad	Frecuencia	Porcentaje (%)
Insatisfecho	4	1,0
Poco satisfecho	184	47,9
Satisfecho	196	51,0
Total	384	100,0

Fuente: Ficha de recolección de datos, noviembre 2021



Fuente: Datos de la Tabla 2

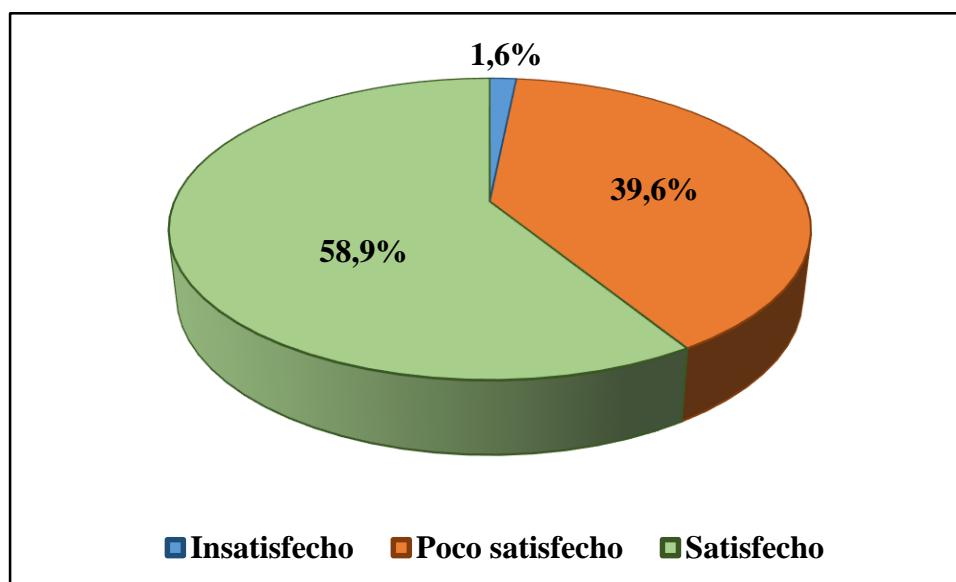
Figura 2. Porcentajes del Nivel de satisfacción, según Fiabilidad, en 384 usuarios de farmacias y boticas de Huancayo, 2021

5.1.3 Nivel de satisfacción de los usuarios en relación con la dimensión Capacidad de respuesta

Tabla 3. Nivel de satisfacción, según Capacidad de respuesta, en 384 usuarios de diez farmacias y diez boticas de Huancayo, 2021

Capacidad de respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Insatisfecho	6	1,6
Poco satisfecho	152	39,6
Satisfecho	226	58,9
Total	384	100,0

Fuente: Ficha de recolección de datos, noviembre 2021



Fuente: Datos de la Tabla 3

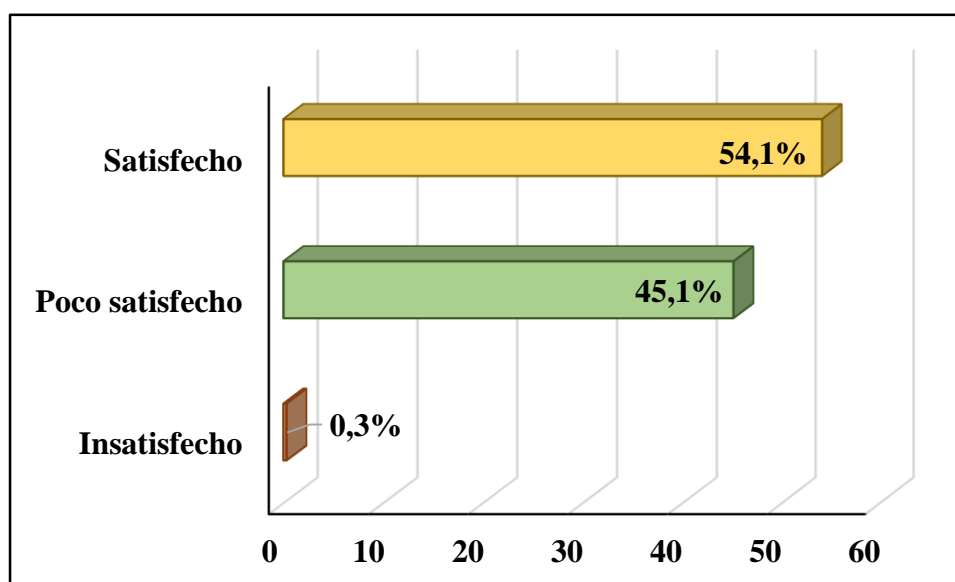
Figura 3. Porcentajes del Nivel de satisfacción, según Capacidad de respuesta, en 384 usuarios de farmacias y boticas de Huancayo, 2021

5.1.4 Nivel de satisfacción de los usuarios en relación con la dimensión Seguridad

Tabla 4. Nivel de satisfacción, según Seguridad, en 384 usuarios de diez farmacias y diez boticas de Huancayo, 2021

Seguridad	Frecuencia	Porcentaje (%)
Insatisfecho	1	0,3
Poco satisfecho	173	45,1
Satisfecho	210	54,7
Total	384	100,0

Fuente: Ficha de recolección de datos, noviembre 2021



Fuente: Datos de la Tabla 4

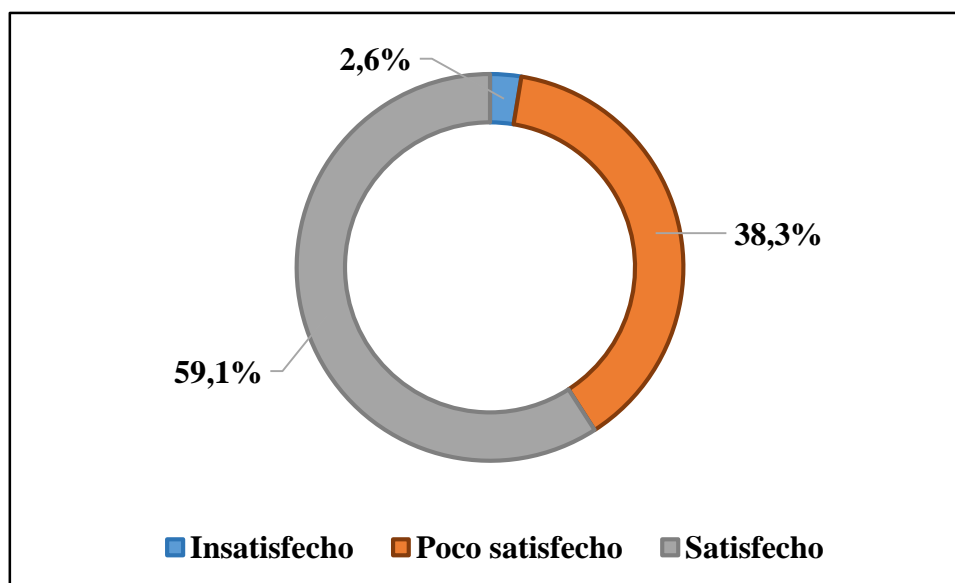
Figura 4. Porcentajes del Nivel de satisfacción, según Seguridad, en 384 usuarios de farmacias y boticas de Huancayo, 2021

5.1.5 Nivel de satisfacción de los usuarios en relación con la dimensión Empatía

Tabla 5. Nivel de satisfacción, según Empatía, en 384 usuarios de diez farmacias y diez boticas de Huancayo, 2021

Empatía	Frecuencia	Porcentaje (%)
Insatisfecho	10	2,6
Poco satisfecho	147	38,3
Satisfecho	227	59,1
Total	384	100,0

Fuente: Ficha de recolección de datos, noviembre 2021



Fuente: Datos de la Tabla 5

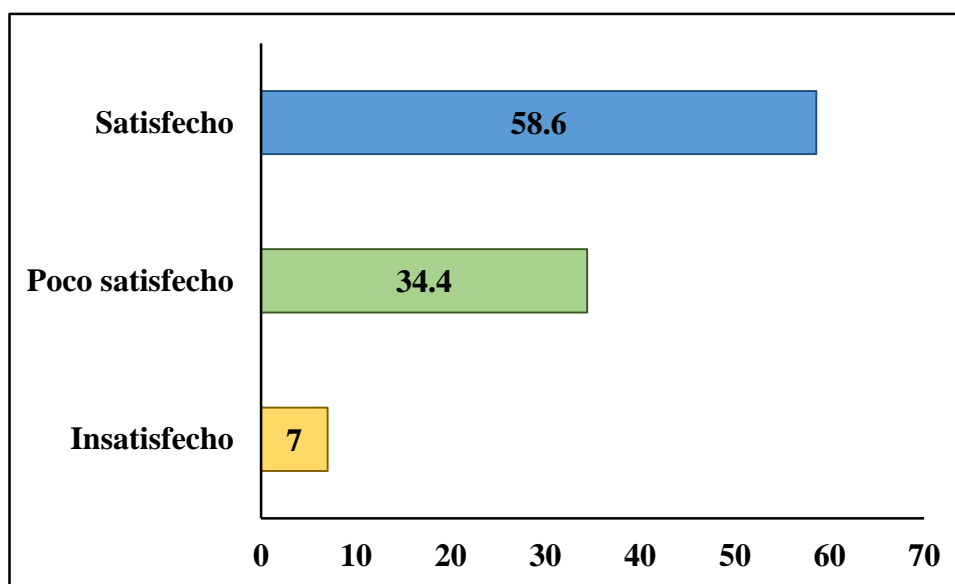
Figura 5. Porcentajes del Nivel de satisfacción, según Empatía, en 384 usuarios de farmacias y boticas de Huancayo, 2021

5.1.6 Nivel de satisfacción de los usuarios en relación con la dimensión Elementos tangibles

Tabla 6. Nivel de satisfacción, según Elementos tangibles, en 384 usuarios de diez farmacias y diez boticas de Huancayo, 2021

Elementos tangibles	Frecuencia	Porcentaje (%)
Insatisfecho	27	7,0
Poco satisfecho	132	34,4
Satisfecho	225	58,6
Total	384	100,0

Fuente: Ficha de recolección de datos, noviembre 2021



Fuente: Datos de la Tabla 6

Figura 6. Porcentajes del Nivel de satisfacción, según Elementos tangibles, en 384 usuarios de farmacias y boticas de Huancayo, 2021

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En relación al análisis del Nivel de satisfacción en general (Tabla 1), se encontró que la mayoría de usuarios (60,7%) manifestó sentirse satisfecho con la atención recibida, mientras que 151 encuestados (39,3%) estuvo poco satisfecho; sin haberse hallado opiniones sobre el tercer criterio planteado, es decir, no hubo usuarios insatisfechos. Al respecto, debe señalarse que estos resultados difieren de los reportes de Toaquiza N.,⁷ cuya investigación en usuarios de farmacias (Ambato, Ecuador), demostró 40% de satisfacción y 33,5% insatisfacción baja; así mismo, existen discrepancias con los hallazgos de Pacahuala M.,¹³ quien evaluó usuarios de boticas y farmacias de Huaycán (Ate, Lima), encontrando 37,19% de satisfacción; debido a las características intrínsecas de algunas dimensiones de la variable analizada, tales como falta de empatía y seguridad, así como deficiencia en elementos tangibles.

Por su parte, también es posible establecer semejanzas con los resultados de Briceño Y.,¹⁰ cuyo estudio en usuarios de boticas (Trujillo, La Libertad) demostró 31,5% de poca satisfacción y 68,5% de satisfacción; el de Carajulca R. y Vargas V.,¹¹ quienes evaluaron a clientes de boticas (San Juan de Lurigancho, Lima) y encontraron 59,2% de satisfacción; así como el de Huamán J.,¹⁴ quien aplicó el Modelo SERVQUAL en usuarios de boticas (Ate, Lima), encontrando que 68,1% estuvo satisfecho; 31,9% percibió satisfacción media y ninguno percibió satisfacción baja frente a la atención recibida. Esto principalmente obedece a que las dimensiones de esta variable, tales como fiabilidad, empatía, seguridad y elementos tangibles fueron ampliamente satisfactorias para el público usuario.

Con respecto a la satisfacción percibida en relación a la dimensión Fiabilidad, tal como se observa en la Tabla 2: de un total de 384 usuarios, el 51,0% de encuestados manifestó estar satisfecho, frente a un cercano 47,9% que estuvo poco satisfecho. Resultados que se asemejan a lo reportado por Romero L.,⁶ quien evaluó la satisfacción en clientes de farmacias (Cantón Machala, Ecuador) encontrando 54,2% de usuarios satisfechos; así como el estudio de Carajulca R. y Vargas V.,¹¹ quienes reportaron 50,5% de satisfacción en esta dimensión. Posiblemente porque percibieron habilidades y preparación técnica por parte del personal que los atendió.

En este contexto, debe señalarse que, el nivel de satisfacción referido a la dimensión Fiabilidad encontrado en esta investigación difiere de los resultados de Montenegro L.,¹² cuyo análisis en usuarios de farmacias y boticas (Chiclayo, Lambayeque), demostró 76% de satisfacción; así como el estudio de Pacahuala M.,¹³ que encontró un 36,36% de usuarios satisfechos con esta dimensión. Debe tenerse en cuenta que los porcentajes de satisfecho y poco satisfecho no difieren significativamente, poniendo en evidencia que los usuarios perciben ciertas carencias en torno a competencias y conocimientos por parte del personal Químico farmacéutico, técnicos o practicantes, relacionados con la correcta administración y consejería en relación a los fármacos expendidos.

Según se observa en la Tabla 3, el 58,9% de usuarios estuvo satisfecho y el 39,6% poco satisfecho con respecto a la dimensión Capacidad de respuesta; evidenciando que el personal que atiende en los establecimientos (farmacias y boticas) de este estudio se esfuerza por cumplir con sus horarios de atención, reduciendo el tiempo de espera para la atención al usuario, según su orden de llegada, demostrando también que el número de trabajadores es relativamente suficiente para la demanda de atención; pues más de un tercio de los encuestados se siente poco satisfecho con esta dimensión, lo que conduce a establecer que estas condiciones no siempre se presentan en todos los establecimientos de esta naturaleza.

Estos resultados difieren de aquellos encontrados por Alban M.,⁹ cuya investigación en clientes de farmacias (Guayaquil, Ecuador), demostró que su satisfacción fue de 47% y 45% respecto al tiempo de atención y rapidez del servicio, respectivamente; así como de Carajulca R. y Vargas V.,¹¹ quienes encontraron 48,0% de satisfacción para esta dimensión; hecho que se relaciona mucho con el tiempo dedicado para atender de forma personalizada a cada usuario y que muchas veces se incumple, sobre todo en momento de gran afluencia de público.

Tal como se observa en la Tabla 4, el nivel de satisfacción respecto a la dimensión Seguridad demostró que 54,7% de usuarios estuvieron satisfechos y 45,1% poco satisfechos, lo que también resulta interesante, pues esto se relaciona con el nivel de conocimientos técnicos y/o habilidades prácticas para el manejo de medicamentos demostradas por el personal que brinda atención al público, en el sentido de inspirar confianza por parte del cliente.

Según los resultados encontrados para esta dimensión, es posible determinar discrepancias con los hallazgos de Alban M.,⁹ cuyo estudio demostró 43%; de Carajulca R. y Vargas V.,¹¹ quienes reportaron 49,0% y Pacahuala M.,¹³ que encontró 37,43% de satisfacción, respectivamente. Cuyos menores porcentajes tendrían estrecha relación con deficiencias en la preparación técnico-científica del personal a cargo de brindar atención al cliente en establecimientos como farmacias y boticas. Sin embargo, la investigación de Montenegro L.¹² reportó un 76% de satisfacción para esta dimensión, demostrando de este modo que es bastante posible contar con profesionales, técnicos y practicantes lo suficientemente preparados para lograr una percepción de óptima calidad por parte del público usuario.

Tras el análisis de la dimensión Empatía (Tabla 5) se observa que 59,1% de usuarios encuestados resultó satisfecho, seguido de 38,3% poco satisfechos; demostrando que el trato amable, atención personalizada, calidez y calidad de la atención persona-persona resulta un importante factor que no debe ser descuidado en este tipo de organizaciones. Al respecto, existe semejanza con los resultados de Choque E. et al.,⁵ cuya investigación en clientes de farmacias (Sucre, Bolivia), demostró 56,48% de satisfacción respecto al

trato y amabilidad del personal; aunque también existe cierta similitud con lo reportado por Carajulca R. y Vargas V.,¹¹ quienes encontraron 50,0% de satisfacción para esta dimensión.

Por otro lado, es posible establecer discrepancias con los resultados de Romero L.,⁶ pues en su estudio se demostró un 62,62% de satisfacción, considerando que el farmacéutico es amigable durante la atención brindada; así como los bajos porcentajes de Alban M.⁹ y Pacahuala M.,¹³ quienes reportaron 48% y 40% de satisfacción por parte de los usuarios, para esta dimensión, respectivamente. En tal sentido, destaca una vez más la importancia del buen trato por parte del personal, independientemente del nivel de conocimientos, habilidades o destrezas que posea para el manejo técnico de la información respecto a los productos o servicios ofertados.

Con relación a la dimensión Elementos tangibles, el 58,6% de usuarios resultó satisfecho y el 34,4% poco satisfecho (Tabla 6) y al igual que en los casos arriba señalados, más de un tercio de los encuestados se sintió poco satisfecho con las instalaciones del establecimiento donde acudió. Al establecer una contrastación de estos resultados se observan diferencias respecto al estudio de Carajulca R. y Vargas V.,¹¹ quien encontró 50,0% de satisfacción para la dimensión tangibilidad; aunque con menores porcentajes de satisfacción en el caso de las investigaciones de Choque E. et al.⁵ (43,52%) y Pacahuala M.¹³ (38,58%).

En tal sentido, las condiciones de infraestructura física que presenta cada establecimiento, tales como limpieza, señalización, orden; así como ventilación e iluminación deben cubrir las expectativas del público usuario; debiéndose gestionar de forma permanente su debido mantenimiento, adquisición de enseres, equipos y demás elementos que permitan otorgar un servicio de calidad a los clientes en general.

CONCLUSIONES

1. Se determinó que, en 384 usuarios, el 60,7% se sintió satisfecho con la atención recibida en diez Farmacias y diez Boticas de El Tambo, Huancayo; entre julio a setiembre del año 2021.
2. Se encontró que el 51,0% de usuarios manifestó sentirse satisfecho, seguido de 47,9% poco satisfecho en relación con la dimensión Fiabilidad.
3. En la dimensión Capacidad de respuesta, se encontró 58,9% de usuarios satisfechos, seguido de 39,6% poco satisfechos.
4. El nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con la dimensión Seguridad, demostró que 54,1% estuvo satisfecho y 45,1% poco satisfecho.
5. Se identificó que 59,1% de usuarios estuvo satisfecho y 38,3% poco satisfecho con respecto a la dimensión Empatía.
6. Se encontró que un 58,6% manifestó estar satisfecho con relación a la dimensión Elementos tangibles, seguido de 34,4% que estuvo poco satisfecho.

RECOMENDACIONES

1. A las autoridades universitarias, divulgar los resultados de esta investigación hacia la comunidad científica, sociedad en general y establecimientos farmacéuticos, con el fin de informar sobre la importancia de la atención de calidad al público usuario.
2. Al personal encargado de la atención al usuario, prepararse para tener permanentes habilidades que le permitan ofrecer un servicio de forma cuidadosa y confiable, disposición y buena voluntad para brindar todo tipo ayuda al usuario.
3. A los profesionales Químicos farmacéuticos, capacitarse constantemente a fin de contar con conocimientos actualizados que inspiren confianza y credibilidad por parte del público usuario en relación a los medicamentos adquiridos.
4. A todo el personal de Farmacias y Boticas, brindar una atención individualizada al público en general.
5. A los Directores técnicos y administradores de los establecimientos farmacéuticos, verificar que la apariencia personal de los trabajadores, así como las instalaciones físicas y equipos en general se encuentren en buen estado.
6. A futuros investigadores, desarrollar estudios longitudinales y aplicados en relación a variables como Calidad de atención y Satisfacción de usuarios, en diferentes tipos de establecimientos sanitarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Martín G. Estudio sobre la calidad del servicio. Su vinculación con la motivación y la satisfacción laboral. Revista Avanzada Científica [Internet]. [Actualizado 2015 mar 18; citado 2021 mar 2]. Disponible en:
<http://avanzada.idict.cu/index.php/avanzada/article/view/42/52>.
2. Mira S, Aranaz J, Lorenzo S, Rodríguez M, Moyano S. Evolución de la calidad percibida por los pacientes en dos hospitales públicos. *Psicothema*. 2001; 13(4):581-585.
3. Hanefeld J, Powell-Jackson T, Balabanova D. Comprender y medir la calidad de la atención: tratar la complejidad. *Boletín de la Organización Mundial de la Salud*. 2017; 95(5):313-388.
4. Anlas D, Villalta D. Satisfacción del Cliente en la Atención del Servicio de Farmacia en la Clínica Internacional Sede San Borja 2013. [Tesis]. Lima: Universidad Norbert Wiener; 2013.
5. Choque E, Peñaranda R, Sivila Y, Vargas J. Satisfacción percibida del servicio de farmacias comunitarias independientes de la ciudad de Sucre. *Rev. Bio Scientia*. 2019; 2(4):19-29.
6. Romero L. La satisfacción en la atención al cliente en las cadenas de farmacias Mía del Cantón Machala [Tesis]. Machala: Universidad Técnica de Machala; 2017.

7. Toaquiza N. Nivel de satisfacción del usuario externo en la farmacia de la Fundación Internacional Buen Samaritano Paul Martel [Tesis]. Ambato: Universidad Técnica de Ambato; 2016.
8. Bofill-Placeres A, López-Fernández R, Murguido-Santiesteban Y. Calidad del servicio en la farmacia Reparto Iglesias de Matanzas según percepción de los usuarios. Medisur [Internet]. 2016 [citado 2021 mar 2]; 14(3). Disponible en: <http://www.medisur.sld.cu/index.php/medisur/article/view/3324>
9. Albán M. Análisis de los factores que influyen en la decisión de compra en farmacias tradicionales y cadenas farmacéuticas [Tesis]. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil; 2017.
10. Briceño Y. Dispensación de medicamentos relacionada con satisfacción de usuarios en boticas en el Centro Histórico de Trujillo, 2020 [Tesis]. Trujillo: Universidad César Vallejo; 2020.
11. Carajulca R, Vargas R. Calidad de atención farmacéutica y Satisfacción del cliente en la botica Rocío, San Juan de Lurigancho, 2020 [Tesis]. Lima: Universidad María Auxiliadora; 2020.
12. Montenegro L. Opiniones de Satisfacción en usuarios de farmacias y boticas – Chiclayo. Perú [Tesis]. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo; 2018.
13. Pacahuala M. Grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en Boticas y Farmacias del Distrito de Huaycán. Febrero –Abril 2018 [Tesis]. Lima: Universidad Norbert Wiener; 2018.
14. Huamán J. Satisfacción de los usuarios atendidos en la cadena de boticas Mifarma de la zona 15 de Huaycán, Ate – Lima, 2016 [Tesis]. Lima: Universidad Norbert Wiener; 2017.

15. Rojas J. Nivel de satisfacción de los usuarios atendidos en la Botica Punto Farma de Chorrillos, 2015 [Tesis]: Lima: Universidad César Vallejo; 2016. [Actualizado 2018 dic 15; citado 2021 mar 4]. Disponible en:
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/8764?show=full>
16. Rey C. La satisfacción del usuario: Un concepto en alza. En Anales de Documentación, N°3 [Internet]. 2000:139 – 153 [Actualizado 2012 dic 10; citado 2021 feb 26]. Disponible en:
<http://www.slideshare.net/Marybookie/la-satisfaccion-del-usuario>
17. Kotler P. Dirección de Mercadotecnia. 8^{va} Edición. México: Pearson Educación; 2001.
18. Corbella A, Saturno P. La garantía de la calidad en atención primaria de salud. Madrid: Instituto Nacional de Salud, Secretaría General; 2000.
19. Corbella A, Saturno P. Introducción al concepto y dimensiones de la calidad asistencial: cómo empezar. Madrid: Instituto Nacional de Salud, Secretaría General; 2002.
20. Roldán L, Balbuena J, Muñoz Y. Calidad de servicio y lealtad de compra del consumidor en supermercados limeños [Tesis]. Surco: Pontificia Universidad Católica del Perú; 2010.
21. Rojas G, Bernaola N. Nivel de satisfacción percibido por los usuarios externos del Servicio de Farmacia del Hospital III Suárez -Angamos EsSalud, Lima- enero 2015 [Tesis]. Lima: Universidad Wiener; 2015.
22. Fortuny B. La gestión de excelencia en los centros sanitarios. Mallorca: EGRAF, S.A.; 2009.

23. Morales E. Gestipolis. Obtenido de Escala SERVQUAL para medir la calidad en el servicio: [Internet]. 2010. [Actualizado 2016 ene 13; citado 2021 jul 16]. Disponible en:
<http://www.gestipolis.com/escala-servqual-para-medir-la-calidad-en-el-servicio/>
24. Parasuraman A, Zeithaml V, Berry L. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*. 1988. 64(1):12-40.
25. Zelaya R. Estudio de investigación de mercado sobre satisfacción del cliente y preferencia de medios en la ciudad de Arequipa. 2006. [Internet]. 2020 [citado 2021 feb 25]. Disponible en:
<http://www.monografias.com/trabajos-pdf/satisfaccion-cliente-preferencia-medios-arequipa/satisfaccion-cliente-preferencia-medios-arequipa.pdf>
26. Thompson I. La satisfacción del cliente. [Internet]. 2020 [citado 2021 feb 25]. Disponible en: <http://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>
27. Matsumoto N. Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Revista perspectivas* [Internet]. 2014. [citado 2021 feb 28]; 34: 181-209. Disponible en:
<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
28. Cronin J, Taylor S. Servperf Versus Servqual: Reconciling Performance-based and Perceptions-minus-Expectations Measurement of Service Quality, *Journal of Marketing*. 1994; 58(1):125-131.
29. Mariños-Masías R, Rubio-Andrada L, Rodríguez-Antón J. Análisis de las dimensiones y variables que configuran la calidad de servicio asociada al factor humano. Una aplicación al sector bancario andorrano. [Internet] 2016 [citado 2021 feb 26]. Disponible en:
http://www.uda.ad/wp-content/uploads/2010/03/analisis_dimensiones.pdf

30. Saldaña M. La atención farmacéutica. Rev. Soc. Esp. Dolor [Internet]. 2006 [citado 2021 mar 12]; 13(4):213-215. Disponible en: http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1134-80462006000400001&lng=es
31. Ramírez T, Nájera P, Nigenda G. Percepción de Calidad de la atención de los Servicios en salud de México: Perspectiva del usuario. Salud pública de México. 1998; 40(1):1-10.
32. MINSA. Establecimiento farmacéutico [Internet]. Lima: Ministerio de Salud - DIGEMID; 2006 [Actualizado 2012 dic 10; citado 2021 feb 26]. Disponible en: <http://www.digemid.minsa.gob.pe/main.asp?Seccion=1000>
33. MINSA. Clasificación de establecimientos farmacéuticos. [Internet]. Lima: Ministerio de Salud - DIGEMID; [Actualizado 2012 dic 10; citado 2021 feb 26]. Disponible en: <https://definicion.de/contagio/>
34. Díaz L. Psicología del trabajo y las organizaciones. Concepto, historia y método [Tesis]. Tenerife: Universidad de La Laguna; 1998. [Actualizado 2017 dic 11; citado 2021 mar 10]. Disponible en: <https://ldiazvi.webs.ull.es/pstro.pdf>.
35. Pineda E, Alvarado E, Canales F. Metodología de la investigación. Washington: Organización Panamericana de la Salud – Organización Mundial de la Salud; 1994.
36. Hernández R, Fernández-Collado C, Baptista P. Metodología de la Investigación. 4^{ta} ed. México: Editorial Mc Graw-Hill; 2006.
37. Hernández R. Metodología de la Investigación. Colombia: Editorial Mac. Graw Hill; 1991.
38. Sánchez H, Reyes C. Metodología y Diseños en la Investigación científica. Lima: Editorial Visión Universitaria; 2009.

39. UPLA. Reglamento general de Investigación. Huancayo: Universidad Peruana Los Andes – Vicerrectorado de Investigación; 2019.

ANEXOS

ANEXO 1
MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CON LA ATENCIÓN RECIBIDA EN FARMACIAS Y BOTICA DE EL TAMBO, HUANCAYO - 2021

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	FORMULACIÓN DE OBJETIVOS	Hipótesis	VARIABLE DE INVESTIGACIÓN		MÉTODO
			Variable	Dimensiones	
<p>Problema general ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios con la atención recibida en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo?</p> <p>Problemas específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con la fiabilidad, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo? • ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con la capacidad de respuesta, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo? • ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con la seguridad, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo? • ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con la empatía, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo? • ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con 	<p>Objetivo general Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios con la atención recibida en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con la fiabilidad, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo. • Identificar el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con la capacidad de respuesta, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo. • Identificar el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con la seguridad, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo. • Identificar el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con la empatía, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo. • Identificar el nivel de satisfacción de los usuarios, en relación con los 	<p>No amerita por ser una investigación de nivel descriptivo</p>	<p>Satisfacción de los usuarios</p>	<p>Fiabilidad</p> <p>Capacidad de respuesta</p> <p>Seguridad</p> <p>Empatía</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Método de investigación: Científico observacional. 2. Tipo de investigación: Básico, transversal y prospectivo. 3. Nivel de investigación: Descriptivo. 4. Diseño de la investigación: No experimental, diseño descriptivo transversal. 5. Población y muestra: Población conformada por todos los usuarios que adquieran medicamentos o productos farmacológicos en diez Farmacias y diez Boticas (El Tambo, Huancayo) entre julio a setiembre del año 2021. Se trabajará con una muestra de 384 usuarios, escogidos mediante muestreo no probabilístico. 6. Técnica e instrumento de recolección de datos <ol style="list-style-type: none"> 6.1 Técnica.- Encuesta. 6.2 Instrumento de recolección de datos.- Cuestionario SERVQUAL 6.3 Procedimientos de la investigación <ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de permiso a los establecimientos ubicada en el distrito de El Tambo (Huancayo, Junín). • Revalidación y confiabilidad del cuestionario. • Elaboración de un cronograma de trabajo. • Identificación de usuarios externos, alcances sobre la naturaleza y objetivos del estudio, firma de consentimiento informado y aplicación del cuestionario. 7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos: Información organizada en tablas de doble entrada, presentada mediante figuras, procesada e interpretada con estadísticos descriptivos (distribución de frecuencia). Se trabajará con una base de datos empleando la hoja de cálculo Microsoft Excel 2013 y Software SPSS 24.0.

<p>los elementos tangibles, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo?</p>	<p>elementos tangibles, en Farmacias y Boticas de El Tambo, Huancayo.</p>			<p>Elementos tangibles</p>	<p>8. Aspectos éticos de la investigación: Se tendrán en consideración los parámetros del Reglamento general de Investigación de la Universidad Peruana Los Andes, en los Art. 27° (Principios de la investigación) y Normas éticas (Art. 28°).</p>
---	---	--	--	----------------------------	--

ANEXO 2

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicador	Tipo y escala de medición
Satisfacción de los usuarios	<i>“Grado de cumplimiento por parte de la organización de salud, respecto a las expectativas y percepciones del usuario en relación a los servicios que esta le ofrece.”</i>	<i>“Percepción del usuario sobre la atención recibida en los servicios de Salud. Los resultados se obtienen por encuesta modificada Servqual según cinco dimensiones.”</i>	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Atención sin discriminación • Horario establecido • Respeto al orden de llegada • Atención de reclamos • Información útil • Stock de medicamentos 	Categoría ordinal
			Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Respuesta ante dudas • Tiempo de espera • Atención rápida • Solución inmediata 	
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Prioridad en la atención • Confianza para atender • Dudas resueltas • Respeto a la privacidad 	
			Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Trato amable y respetuoso • Explicación entendible • Atención individualizada 	
			Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> • Ambientes • Material necesario • Limpieza y comodidad 	

ANEXO 3

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DEL INSTRUMENTO

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	ESCALA VALORATIVA	INSTRUMENTO
Satisfacción de los usuarios	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Atención sin discriminación • Horario establecido • Respeto al orden de llegada • Atención de reclamos • Información útil • Stock de medicamentos 	1, 2, 3, 4, 5 y 6	Satisfecho (101 – 140) Poco satisfecho (61 – 100) Insatisfecho (20 – 60)	
	Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Respuesta ante dudas • Tiempo de espera • Atención rápida • Solución inmediata 	7, 8, 9 y 10		
	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Prioridad en la atención • Confianza para atender • Dudas resueltas • Respeto a la privacidad 	11, 12, 13 y 14		
	Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Trato amable y respetuoso • Explicación entendible • Atención individualizada 	15, 16 y 17		
	Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> • Ambientes • Material necesario • Limpieza y comodidad 	18, 19 y 20		

ANEXO 4

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS CUESTIONARIO PARA IDENTIFICAR NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CON LA ATENCIÓN RECIBIDA

I. INTRODUCCIÓN

El cuestionario tiene como objetivo identificar el Nivel de satisfacción percibido por usted tras la atención brindada en esta Farmacia/Botica. La información que proporcione será de mucha utilidad en la búsqueda de la mejora continua de la gestión de la calidad, por lo que se solicita su colaboración respondiendo verazmente. Considere el valor de 1 a la menor calificación y 7 a la mayor calificación.

II. DATOS GENERALES

Edad: _____ años Sexo: Masculino () Femenino ()
Instrucción: Primaria () Secundaria () Superior técnica () Universitaria ()

III. TIPO DE ESTABLECIMIENTO

Farmacia () Botica ()

IV. INDICACIONES

Marque con una (X) la alternativa que considere correcta.

ÍTEM	PREGUNTAS	CALIFICACIÓN						
		1	2	3	4	5	6	7
Dimensión Fiabilidad								
1	¿Usted fue atendido(a) sin diferencia alguna en relación a otras personas?							
2	¿Su atención se realizó según el horario publicado en la Farmacia/Botica?							
3	¿Su atención se realizó según corresponde y respetando el orden de llegada?							
4	¿Cuándo usted quiso presentar alguna queja o reclamo el establecimiento contó con mecanismos para atenderlo?							
5	¿Considera útil para su tratamiento la información brindada por el personal farmacéutico?							
6	¿La Farmacia/Botica contó con los medicamentos que recetó el médico?							
Dimensión Capacidad de respuesta								
7	¿El personal cuenta con conocimiento para absolver sus consultas?							
8	¿El tiempo que usted esperó para ser atendido en la Farmacia/Botica fue corto?							
9	¿La atención en el área de dispensación y entrega de medicamentos fue el tiempo necesario?							
10	¿El personal de la Farmacia/Botica solucionó inmediatamente algún problema o dificultad que usted tuviera?							
Dimensión Seguridad								
11	¿El personal farmacéutico priorizó atenderlo a usted antes que atender asuntos personales?							
12	¿El profesional farmacéutico que le atendió le inspiró confianza?							
13	¿El profesional farmacéutico que le atendió, le brindó el tiempo suficiente para contestar sus dudas o preguntas?							

14	¿Durante su atención en la Farmacia/Botica se respetó su privacidad?								
Dimensión Empatía									
15	¿El profesional farmacéutico que atiende le trató con amabilidad, respeto y paciencia?								
16	¿Usted comprendió la explicación que le brindó el profesional sobre sus medicamentos y cuidados para su salud?								
17	¿El personal farmacéutico muestra interés en solucionar su problema?								
Dimensión Elementos tangibles									
18	¿Las áreas y espacios son adecuados y muy presentables?								
19	¿La Farmacia/Botica contó con los materiales necesarios para su atención?								
20	¿El área de ventas y mostrador se encontraron limpios y contaron con amplios espacios para su comodidad?								

Gracias por su colaboración

Fuente: Briceño Y. (2020)

ANEXO 5

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

INFORME DE OPINIÓN DE JUICIO POR EXPERTO

I. DATOS GENERALES

1.1 Título de la investigación: "SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CON LA ATENCIÓN RECIBIDA EN FARMACIAS Y BOTICAS DE EL TAMBO, HUANCAYO - 2021"

1.2 Nombre del instrumento motivo de evaluación: CUESTIONARIO PARA IDENTIFICAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO
		1	2	3	4
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado			X	
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables				X
3. Actualidad	Adecuado al avance de Ciencias de la Salud			X	
4. Organización	Existe una organización lógica			X	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad			X	
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación			X	
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos			X	
8. Coherencia	Entre las dimensiones e indicadores				X
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico			X	
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación			X	

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 32

Deficiente (10) Aceptable (11 – 20) Bueno (21 – 30) **Excelente (31 – 40)**

IV. OPINION DE APLICABILIDAD: _____

Huancayo, 03 de agosto del 2021




FIRMA DE EXPERTO

NOMBRES Y APELLIDOS: Mónica Evencia Poma Vivas
DNI N°:28307350

INFORME DE OPINIÓN DE JUICIO POR EXPERTO

I. DATOS GENERALES

1.1 Título de la investigación: "SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CON LA ATENCIÓN RECIBIDA EN FARMACIAS Y BOTICAS DE EL TAMBO, HUANCAYO - 2021"

1.2 Nombre del instrumento motivo de evaluación: CUESTIONARIO PARA IDENTIFICAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO
		1	2	3	4
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado			X	
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables			X	
3. Actualidad	Adecuado al avance de Ciencias de la Salud				X
4. Organización	Existe una organización lógica				X
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación				X
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos				X
8. Coherencia	Entre las dimensiones e indicadores				X
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación			X	

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: _____

Deficiente (10) Aceptable (11 – 20) Bueno (21 – 30) Excelente (31 – 40)

IV. OPINION DE APLICABILIDAD: __ (37) APLICABLE _____

Huancayo, 03. de agosto del 2021



Mg. PATRICIA PALACIOS SIMEÓN
DNI N°: 20037178

INFORME DE OPINIÓN DE JUICIO POR EXPERTO

I. DATOS GENERALES

1.1 Título de la investigación: "SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CON LA ATENCIÓN RECIBIDA EN FARMACIAS Y BOTICAS DE EL TAMBO, HUANCAYO – 2021"

1.2 Nombre del Instrumento motivo de evaluación: "INSTRUMENTO PARA MEDIR SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CON LA ATENCIÓN RECIBIDA"

1.3 Autora: BACHILLER JHOSELYN FIORELLA TORRES FLORES

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO
		1	2	3	4
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado			3	
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables			3	
3. Actualidad	Adecuado al avance de Ciencias de la Salud				4
4. Organización	Existe una organización lógica			3	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad			3	
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación				4
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos			3	
8. Coherencia	Entre las dimensiones e indicadores			3	
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				4
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación				4


III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 34

Deficiente (10) Aceptable (11 – 20) Bueno (21 – 30) Excelente (31 – 40)

IV. OPINION DE APLICABILIDAD

El "INSTRUMENTO PARA MEDIR SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CON LA ATENCIÓN RECIBIDA", es válido y puede ser aplicado para el desarrollo de la investigación.

Huancayo, 03 de agosto del 2021


Mg. Jaime Wester Campos
DNI 18069286



Mag. Jaime M. Wester Campos
BIÓLOGO - MICROBIÓLOGO
CBP 3789

ANEXO 6

CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO MEDIANTE PRUEBA PILOTO Y CÁLCULO DE ALFA DE CRONBACH

Tabla 7. Aplicación de la prueba piloto

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	25	100,0
	Excluido ^a	0	0,0
	Total	25	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Procesamiento SPSS

Tabla 8. Coeficiente de Cronbach para el Cuestionario de Satisfacción del usuario

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,937	25

Fuente: Procesamiento SPSS

Tabla 9. Estadísticos de la escala

Estadísticas de escala			
Media	Varianza	Desviación	N° de elementos
96,12	199,860	14,137	20

ANEXO 7

SOLICITUD DE FACILIDADES PARA REALIZACIÓN DE TESIS

SOLICITUD DE FACILIDADES PARA REALIZACIÓN DE TESIS

SOLICITA FACILIDADES PARA
REALIZACIÓN DE TESIS

SEÑORA(OR): Melisa Montalvo Granados.....

FARMACIA/BOTICA: BOTICA ANDES FARMA.....

S.P.

Jhoselyn Fiorella Torres Flores, peruana identificada con DNI 70931639, Bachiller en Farmacia y Bioquímica y ex alumna de la Universidad Peruana Los Andes, con código de matrícula; ante Ud., respetuosamente me presento y expongo:

Que, con la finalidad de obtener el Título profesional de Químico – Farmacéutico he optado por la modalidad de ejecución de Tesis, cuyo plan es titulado: **“SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CON LA ATENCIÓN RECIBIDA EN FARMACIAS Y BOTICAS DE EL TAMBO, HUANCAYO - 2021”**.

Por lo expuesto, Solicito a Ud., Señora/or propietaria/o o Químico Farmacéutico, se sirva disponer lo conveniente a fin de que se me permita el acceso a la farmacia o botica ... BOTICA ANDES FARMA, previa coordinación de horarios adecuados, a fin de aplicar la encuesta al público usuario; comprometiéndome a no interrumpir o afectar el normal desarrollo de las actividades ni divulgar información sobre los resultados obtenidos luego de concluida la investigación.

Es justicia que espero alcanzar

Huancayo, 08 de Agosto del 2021







Melisa Montalvo Granados

DNI: 46627500

Bach. Jhoselyn Fiorella Torres Flores

DNI: 70931639

SOLICITUD DE FACILIDADES PARA REALIZACIÓN DE TESIS

**SOLICITA FACILIDADES PARA
REALIZACIÓN DE TESIS**

SEÑORA(OR): *Q.F. Ruth Charo Guzmán Mariño*.....

FARMACIA/BOTICA: *FARMACIA "FARMACALIDAD"*.....

S.P.

Jhoselyn Fiorella Torres Flores, peruana identificada con DNI 70931639, Bachiller en Farmacia y Bioquímica y ex alumna de la Universidad Peruana Los Andes, con código de matrícula; ante Ud., respetuosamente me presento y expongo:

Que, con la finalidad de obtener el Título profesional de Químico – Farmacéutico he optado por la modalidad de ejecución de Tesis, cuyo plan es titulado: **“SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CON LA ATENCIÓN RECIBIDA EN FARMACIAS Y BOTICAS DE EL TAMBO, HUANCAYO - 2021”**.

Por lo expuesto, Solicito a Ud., Señora/or propietaria/o o Químico Farmacéutico, se sirva disponer lo conveniente a fin de que se me permita el acceso a la farmacia o botica *FARMACIA "FARMACALIDAD"*....., previa coordinación de horarios adecuados, a fin de aplicar la encuesta al público usuario; comprometiéndome a no interrumpir o afectar el normal desarrollo de las actividades ni divulgar información sobre los resultados obtenidos luego de concluida la investigación.

Es justicia que espero alcanzar

Huancayo, 11 de Agosto del 2021

Ruth Charo Guzmán Mariño
FARMACIA "FARMACALIDAD"

.....
Ruth Charo Guzmán Mariño
PROPIETARIO
..... AV. SAN CARLOS 1291-1110-1110.

DNI: 44375953

Jhoselyn Fiorella Torres Flores

Bach. Jhoselyn Fiorella Torres Flores

DNI: 70931639

ANEXO 8

CONSENTIMIENTO INFORMADO DE LOS PARTICIPANTES



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
DIRECCIÓN DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Luego de haber sido debidamente informada/o de los objetivos, procedimientos y riesgos hacia mi persona como parte de la investigación denominada “**SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CON LA ATENCIÓN RECIBIDA EN FARMACIAS Y BOTICAS DE EL TAMBO, HUANCAYO - 2021**”, mediante la firma de este documento acepto participar voluntariamente en el trabajo que se está llevando a cabo conducido por la investigadora responsable: **Jhoselyn Fiorella Torres Flores**.

Se me ha notificado que mi participación es totalmente libre y voluntaria y que aún después de iniciada puedo rehusarme a responder cualquiera de las preguntas o decidir suspender mi participación en cualquier momento, sin que ello me ocasione ningún perjuicio. Asimismo, se me ha dicho que mis respuestas a las preguntas y aportes serán absolutamente confidenciales y que las conocerá sólo el equipo de profesionales involucradas/os en la investigación; y se me ha informado que se resguardará mi identidad en la obtención, elaboración y divulgación del material producido.

Entiendo que los resultados de la investigación me serán proporcionados si los solicito y que todas las preguntas acerca del estudio o sobre los derechos a participar en el mismo me serán respondidas.

Huancayo, de 2021



(PARTICIPANTE)

Apellidos y nombres:

N° DNI:

1. Responsable de investigación

Apellidos y nombres: **Torres Flores, Jhoselyn Fiorella**

DNI: **70931639**

N° de teléfono celular: **910677913**

E-mail: Jhoselyn.torres.f@gmail.com

Firma:

2. Asesor(a) de investigación

Apellidos y nombres: **Lazo Beltrán, Néstor Rolando**

DNI: **20045498**

N° de teléfono/celular: **942000240**

Email: d.nlazo@upla.edu.pe

Firma:

ANEXO 9

DATA DEL PROCESAMIENTO DE DATOS

N°	Edad	Sexo	Grado de instrucción	Tipo de establecimiento	Nivel de Satisfacción general	Nivel de satisfacción por dimensiones				
						Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía	Elementos tangibles
1	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2
2	3	1	4	2	2	2	2	2	2	1
3	2	1	3	2	2	1	1	2	2	2
4	2	2	3	2	1	1	1	2	1	2
5	3	1	4	2	2	3	2	2	2	2
6	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
7	4	1	2	2	2	2	2	2	1	2
8	3	1	2	2	3	3	3	3	2	2
9	5	1	3	2	3	3	3	2	2	2
10	4	1	3	2	2	2	3	2	3	2
11	4	1	2	2	2	3	3	3	2	2
12	5	1	3	2	2	2	2	2	2	2
13	4	1	2	2	2	3	3	2	2	2
14	5	2	2	2	3	3	3	3	3	3
15	4	2	3	2	2	3	2	2	2	1
16	2	1	3	2	2	2	2	2	2	1
17	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2
18	1	1	3	2	3	3	3	3	2	2
19	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3
20	1	1	3	2	2	2	3	2	2	2
21	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2
22	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2
23	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3
24	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2
25	4	2	2	2	3	2	2	3	2	3
26	1	2	3	2	3	2	3	3	3	3
27	5	2	2	2	2	2	2	2	2	3
28	4	2	3	2	2	2	2	2	2	2
29	4	2	3	2	2	2	2	2	2	2
30	5	2	3	2	2	2	1	2	1	1
31	5	1	2	2	3	3	3	3	2	2
32	2	1	3	2	2	2	2	2	2	1
33	4	1	1	2	3	3	3	3	3	3
34	3	1	3	2	2	3	3	3	2	1
35	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1
36	5	1	3	2	3	3	3	3	3	3
37	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2
38	2	1	3	2	3	3	3	3	2	2
39	5	2	2	2	3	3	3	2	3	2
40	4	1	2	2	2	2	2	3	2	2
41	4	2	3	2	3	3	2	2	3	3
42	4	2	3	2	2	2	2	2	2	2
43	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2
44	4	1	3	2	2	2	2	3	2	2
45	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2
46	3	1	3	2	3	3	3	3	2	2
47	4	1	2	2	3	2	3	3	2	3
48	4	1	2	2	3	3	3	3	3	3
49	4	1	3	2	2	2	2	2	2	2
50	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3
51	2	1	3	2	3	3	3	2	2	2
52	3	1	1	2	2	3	2	2	2	1
53	4	2	2	2	2	3	2	2	2	1
54	1	2	4	2	3	3	3	3	3	2
55	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3

56	5	2	1	2	3	3	3	3	3	3
57	4	2	1	2	2	3	2	2	2	1
58	5	2	4	2	2	2	2	2	2	1
59	4	1	3	2	3	3	3	2	2	2
60	5	2	1	2	2	2	2	2	2	2
61	4	1	3	2	3	3	3	3	3	2
62	5	2	3	2	2	2	3	2	2	2
63	3	2	1	2	2	2	2	2	1	1
64	1	2	4	2	2	3	2	2	2	2
65	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2
66	5	1	2	2	2	3	2	2	2	2
67	1	1	4	2	3	2	3	3	3	3
68	3	1	3	2	2	3	2	2	2	2
69	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2
70	1	1	3	2	3	2	3	3	2	3
71	5	1	2	2	3	2	3	3	3	2
72	1	2	3	2	3	3	3	2	3	2
73	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3
74	1	2	3	2	3	2	3	3	2	3
75	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3
76	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3
77	1	2	2	2	3	2	3	3	3	3
78	1	2	3	2	3	2	3	3	3	3
79	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3
80	1	1	2	2	3	2	3	3	3	3
81	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3
82	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3
83	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2
84	4	2	2	2	3	2	3	3	3	3
85	1	1	3	2	2	2	2	2	3	3
86	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3
87	4	2	3	2	2	2	2	2	2	3
88	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3
89	4	1	2	2	2	2	2	2	3	3
90	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2
91	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3
92	4	2	2	2	3	2	3	3	3	3
93	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3
94	1	1	2	2	3	3	3	3	3	3
95	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3
96	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3
97	3	1	2	2	2	2	2	2	3	3
98	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3
99	1	1	2	2	2	2	2	2	3	3
100	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3
101	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
102	3	1	2	2	2	2	2	2	2	3
103	1	2	3	2	2	2	2	2	3	3
104	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3
105	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3
106	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3
107	5	1	3	2	3	3	3	3	3	3
108	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
109	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3
110	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
111	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3
112	2	1	3	2	3	3	3	3	3	3
113	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3
114	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3
115	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3
116	2	1	3	2	3	3	3	3	3	3
117	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3
118	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3

119	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
120	3	1	2	2	3	2	3	3	3	3
121	2	1	3	2	3	3	3	3	3	3
122	1	1	2	2	3	3	3	3	3	3
123	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3
124	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
125	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3
126	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
127	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3
128	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
129	2	1	3	2	3	3	3	3	3	3
130	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3
131	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3
132	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3
133	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3
134	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3
135	5	2	3	2	3	2	3	3	3	3
136	1	2	3	2	3	2	3	3	3	3
137	5	2	2	2	2	2	2	2	3	3
138	5	1	2	2	2	2	2	2	3	3
139	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3
140	2	1	4	2	3	3	3	3	3	2
141	5	2	1	2	3	2	3	3	3	2
142	5	2	2	2	3	3	3	3	3	3
143	4	1	4	2	2	2	2	2	2	2
144	1	1	2	2	3	3	2	3	3	3
145	5	2	1	2	3	3	3	3	3	3
146	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2
147	1	1	2	2	3	3	3	3	3	3
148	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2
149	4	1	4	2	3	3	3	3	3	3
150	4	2	3	2	2	2	2	2	3	3
151	4	1	2	2	3	3	3	3	3	2
152	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3
153	5	2	1	2	3	3	3	3	3	3
154	1	2	4	2	3	3	3	3	3	3
155	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3
156	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2
157	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3
158	5	1	1	2	3	3	3	3	3	3
159	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2
160	5	1	2	2	2	2	2	2	3	3
161	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3
162	2	1	4	2	3	3	3	3	3	2
163	5	2	1	2	3	2	3	3	3	2
164	5	2	2	2	3	3	3	3	3	3
165	4	1	4	2	2	2	2	2	2	2
166	1	1	2	2	3	3	2	3	3	3
167	5	2	1	2	3	3	3	3	3	3
168	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2
169	1	1	2	2	3	3	3	3	3	3
170	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2
171	4	1	4	2	3	3	3	3	3	3
172	4	2	3	2	2	2	2	2	3	3
173	4	1	2	2	3	3	3	3	3	2
174	5	1	2	2	2	3	2	2	2	2
175	1	1	4	2	3	2	3	3	3	3
176	3	1	3	2	2	3	2	2	2	2
177	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2
178	1	1	3	2	3	2	3	3	2	3
179	5	1	2	2	3	2	3	3	3	2
180	1	2	3	2	3	3	3	2	3	2
181	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3

182	1	2	3	2	3	2	3	3	2	3
183	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3
184	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3
185	1	2	2	2	3	2	3	3	3	3
186	1	2	3	2	3	2	3	3	3	3
187	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3
188	1	1	2	2	3	2	3	3	3	3
189	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3
190	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3
191	3	1	3	2	2	3	2	2	2	2
192	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2
193	3	1	2	1	2	2	2	2	2	2
194	2	2	4	1	2	2	2	2	2	1
195	1	1	3	1	2	1	1	2	2	1
196	1	2	3	1	2	1	1	1	1	1
197	3	2	4	1	2	3	2	2	2	2
198	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2
199	4	2	2	1	2	2	2	2	1	1
200	2	1	2	1	3	3	3	3	2	2
201	4	2	3	1	3	3	3	2	2	2
202	2	1	3	1	2	2	3	2	3	2
203	3	1	2	1	2	3	3	3	2	2
204	5	2	3	1	2	2	2	2	2	2
205	4	1	2	1	2	3	3	2	2	2
206	5	2	2	1	3	3	3	3	3	3
207	2	2	3	1	2	3	2	2	2	1
208	2	1	3	1	2	2	2	2	2	1
209	3	1	2	1	3	3	3	3	2	2
210	1	1	3	1	3	3	3	3	2	2
211	3	2	3	1	2	2	2	2	2	3
212	1	1	3	1	2	2	3	2	2	2
213	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2
214	3	1	3	1	2	2	2	2	2	2
215	3	2	3	1	2	2	2	2	3	3
216	1	1	3	1	2	2	2	2	2	2
217	4	1	2	1	3	2	2	3	2	3
218	1	2	3	1	3	2	3	3	3	3
219	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3
220	4	1	3	1	2	2	2	2	2	2
221	3	1	3	1	2	2	2	2	2	2
222	5	2	3	1	2	2	1	2	1	1
223	5	1	2	1	3	3	3	3	2	2
224	2	1	3	1	2	2	2	2	2	1
225	4	1	1	1	3	3	3	3	3	3
226	1	2	3	1	2	3	3	3	2	1
227	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1
228	5	1	3	1	3	3	3	3	3	3
229	2	1	3	1	2	2	2	2	2	2
230	3	1	3	1	3	3	3	3	2	2
231	4	1	2	1	3	3	3	2	3	2
232	4	1	2	1	2	2	2	3	2	2
233	4	2	3	1	3	3	2	2	3	3
234	4	2	3	1	2	2	2	2	2	2
235	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2
236	4	1	3	1	2	2	2	3	2	2
237	4	2	4	1	2	2	2	2	2	2
238	3	1	3	1	3	3	3	3	2	2
239	4	2	2	1	3	2	3	3	2	3
240	5	1	2	1	3	3	3	3	3	3
241	5	1	3	1	2	2	2	2	2	2
242	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3
243	2	1	3	1	3	3	3	2	2	2
244	3	1	1	1	2	3	2	2	2	1

245	4	2	2	1	2	3	2	2	2	1
246	1	2	4	1	3	3	3	3	3	2
247	4	2	2	1	3	3	3	3	3	3
248	5	2	1	1	3	3	3	3	3	3
249	3	2	1	1	2	3	2	2	2	1
250	2	2	4	1	2	2	2	2	2	1
251	4	1	3	1	3	3	3	2	2	2
252	5	2	1	1	2	2	2	2	2	2
253	4	1	3	1	3	3	3	3	3	2
254	5	2	3	1	2	2	2	2	2	2
255	3	1	1	1	2	2	2	2	1	1
256	1	2	4	1	2	3	2	2	2	2
257	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2
258	5	2	2	1	2	3	2	2	2	2
259	1	1	4	1	3	2	3	3	3	3
260	3	1	3	1	2	3	2	2	2	2
261	3	2	3	1	3	3	2	3	2	2
262	1	1	3	1	3	2	3	3	2	3
263	5	2	2	1	3	2	3	3	3	2
264	1	2	3	1	3	3	3	2	3	2
265	3	2	3	1	3	3	3	2	2	3
266	1	2	3	1	3	2	3	3	2	3
267	3	2	3	1	3	2	3	2	3	3
268	4	2	2	1	3	3	3	3	3	3
269	1	2	2	1	3	2	3	3	3	3
270	1	2	3	1	3	2	3	3	3	3
271	3	2	3	1	3	2	2	2	3	3
272	1	1	2	1	3	2	3	3	3	3
273	4	1	2	1	2	2	2	2	3	3
274	4	2	2	1	2	2	2	2	2	3
275	2	2	3	1	2	2	2	2	3	2
276	4	2	2	1	3	2	3	3	3	3
277	1	1	3	1	2	2	2	2	3	3
278	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3
279	1	2	3	1	2	2	2	2	2	3
280	4	2	2	1	2	2	2	2	2	3
281	4	2	2	1	2	2	2	2	3	3
282	2	1	3	1	2	2	2	2	2	2
283	2	2	2	1	3	2	2	3	3	3
284	4	2	2	1	3	2	3	3	3	3
285	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3
286	1	1	2	1	3	3	3	3	3	3
287	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3
288	3	2	3	1	2	2	2	2	3	3
289	3	1	2	1	2	2	2	2	3	3
290	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3
291	1	1	2	1	2	2	2	2	3	3
292	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3
293	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3
294	3	1	2	1	2	2	2	2	3	3
295	1	2	3	1	2	2	2	2	3	3
296	1	2	3	1	3	3	3	3	3	3
297	3	1	2	1	3	3	3	3	3	3
298	3	2	2	1	3	3	3	3	3	3
299	5	1	3	1	3	3	3	3	3	3
300	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3
301	4	2	3	1	3	3	3	3	3	3
302	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3
303	1	2	3	1	3	3	3	3	3	3
304	2	1	3	1	3	3	3	3	3	3
305	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3
306	4	2	3	1	3	3	3	3	3	3
307	2	1	3	1	3	3	3	3	3	3

308	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3
309	1	2	3	1	3	3	3	3	3	3
310	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3
311	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3
312	5	2	2	1	3	2	3	3	3	3
313	2	1	3	1	3	3	3	3	3	3
314	1	1	2	1	3	3	3	3	3	3
315	4	2	3	1	3	3	3	3	3	3
316	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3
317	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3
318	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3
319	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3
320	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3
321	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3
322	2	2	3	1	2	2	2	2	3	3
323	3	2	2	1	3	3	3	3	3	3
324	2	2	3	1	3	2	3	3	3	3
325	4	1	2	1	3	2	3	3	3	3
326	2	2	3	1	3	2	3	3	3	3
327	5	1	3	1	3	2	3	3	3	3
328	1	2	3	1	3	2	3	3	3	3
329	1	2	2	1	2	2	2	2	3	3
330	5	1	2	1	2	2	2	2	3	3
331	1	2	2	1	2	2	2	2	2	3
332	2	1	4	1	3	3	3	3	3	2
333	2	2	1	1	3	2	3	3	3	2
334	5	2	2	1	3	3	3	3	3	3
335	4	1	4	1	2	2	2	2	2	2
336	1	1	2	1	3	3	2	3	3	3
337	5	2	1	1	3	3	3	3	3	3
338	2	2	3	1	3	3	3	2	2	2
339	1	1	2	1	3	3	3	3	3	3
340	3	2	3	1	3	3	3	3	3	2
341	4	1	4	1	3	3	3	3	3	3
342	4	2	3	1	2	2	2	2	3	3
343	2	1	2	1	3	3	3	3	3	2
344	1	2	2	1	3	3	3	3	3	3
345	5	1	1	1	3	3	3	3	3	3
346	1	2	4	1	3	3	3	3	3	3
347	4	1	2	1	2	2	2	2	2	2
348	3	2	2	1	3	2	3	3	2	2
349	3	2	2	1	3	3	3	3	3	3
350	5	1	1	1	3	3	3	3	3	3
351	3	2	2	1	3	3	3	2	3	2
352	5	1	2	1	2	2	3	2	3	3
353	1	2	2	1	2	2	2	2	2	3
354	3	1	4	1	3	3	3	3	3	2
355	5	2	1	1	3	2	3	3	3	2
356	5	2	2	1	3	3	3	3	3	3
357	4	1	4	1	2	2	2	2	2	2
358	1	2	2	1	3	3	2	3	3	3
359	5	2	1	1	3	3	3	3	3	3
360	2	2	3	1	3	3	3	2	2	2
361	2	1	2	1	3	3	3	3	3	3
362	3	2	3	1	3	3	3	3	3	2
363	4	1	4	1	3	3	3	3	3	3
364	5	2	3	1	2	2	2	2	3	3
365	1	1	2	1	3	3	3	3	3	2
366	5	2	2	1	2	3	2	2	2	2
367	1	1	4	1	3	2	3	3	3	3
368	3	1	3	1	2	3	2	2	2	2
369	3	2	3	1	3	3	2	3	2	2
370	1	1	3	1	3	2	3	3	2	3

371	5	1	2	1	3	2	3	3	3	2
372	1	2	3	1	3	3	3	2	3	2
373	2	2	3	1	3	3	3	2	2	3
374	1	1	3	1	3	2	3	3	2	3
375	2	2	3	1	3	2	3	2	3	3
376	4	2	2	1	3	3	3	3	3	3
377	1	2	2	1	3	2	3	3	3	3
378	4	1	3	1	3	2	3	3	3	3
379	3	2	3	1	3	2	2	2	3	3
380	2	1	2	1	3	2	3	3	3	3
381	5	2	2	1	2	2	2	2	3	3
382	4	2	2	1	2	2	2	2	2	3
383	3	1	3	1	2	3	2	2	2	2
384	3	2	3	1	3	3	2	3	2	2

Edad	1 = 18 - 30 años
	2 = 31 - 40 años
	3 = 41 - 50 años
	4 = 51 - 60 años
	5 = más de 50 años
Sexo	1 = Masculino
	2 = Femenino
Grado de instrucción	1 = Primaria
	2 = Secundaria
	3 = Superior técnica
	4 = Superior universitaria
Tipo de establecimiento	1 = Farmacia
	2 = Botica
Nivel de Satisfacción del usuario	1 = Insatisfecho
	2 = Poco satisfecho
	3 = Satisfecho

ANEXO 10

DECLARACIÓN DE CONFIDENCIALIDAD

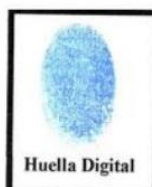


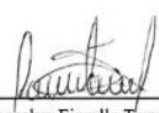
UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
DIRECCIÓN DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

DECLARACIÓN DE CONFIDENCIALIDAD

Yo, **Jhoselyn Fiorella Torres Flores**, identificada con **DNI 70931639**, egresada de la Escuela profesional de Farmacia y Bioquímica, vengo implementando el proyecto de investigación titulado **“SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CON LA ATENCIÓN RECIBIDA EN FARMACIAS Y BOTICAS DE EL TAMBO, HUANCAYO – 2021”**; en ese contexto, declaro bajo juramento que los datos que se generen como producto de la investigación, así como la identidad de los participantes serán preservados y serán usados únicamente con fines de investigación, de acuerdo a lo especificado en los Artículos 27° y 28° del Reglamento General de Investigación y en los artículos 4° y 5° del Código de Ética para la investigación Científica de la Universidad Peruana Los Andes, salvo con autorización expresa y documentada de alguno de ellos.

Huancayo, 23 de agosto del 2021




Bach. Jhoselyn Fiorella Torres
DNI 70931639
Responsable de Investigación

ANEXO 11
COMPROMISO DE AUTORÍA

COMPROMISO DE AUTORÍA

En la fecha, yo, **Jhoselyn Fiorella Torres Flores** peruana identificada con **DNI 70931639**, domiciliada en; egresada de la Escuela Profesional de Farmacia y Bioquímica de la Universidad Peruana Los Andes, me **COMPROMETO** a asumir las consecuencias administrativas y/o penales que hubiera lugar si en la elaboración de mi investigación titulada **“SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CON LA ATENCIÓN RECIBIDA EN FARMACIAS Y BOTICAS DE EL TAMBO, HUANCAYO - 2021”** se consideren datos falsos, falsificación, plagio, auto plagio, etc. y declaro bajo juramento que este trabajo de investigación es de mi autoría, los datos presentados serán reales y se respetarán las normas internacionales de citas y referencias de las fuentes consultadas.

Huancayo, 23 de agosto del 2021



Bach. Jhoselyn Fiorella Torres Flores
DNI 70931639

ANEXO 12
FOTOGRAFÍAS DE LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO



Aplicación de encuestas a los usuarios atendidos en las farmacias y boticas.