



**Universidad  
Norbert Wiener**

**FACULTAD DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA**

**“SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LAS FARMACIAS  
MIFARMA DEL SECTOR ANGAMOS DE SURQUILLO – LIMA,  
2017”.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE QUÍMICO  
FARMACÉUTICO**

**Presentado por:**

Br.: Díaz Fernández, Jenny Edith

Br.: Yampi Armuto Toribia

**Asesor:**

Dra. Caldas Herrera, Emma

**Lima – Perú**

**2018**

## **DEDICATORIA**

A Dios, por guiar mis pasos con sabiduría para alcanzar este gran logro.

A mis padres, pilares fundamentales en mi vida, por confiar en mí y brindarme todo su amor.

Br. Jenny Edith Díaz Fernández

## **DEDICATORIA**

A Dios, por darme la salud y sabiduría para alcanzar este gran logro.

A mi esposo, por su gran apoyo y optimismo que constantemente me impulso a seguir adelante.

A mis hijas, Pamela y Mariana por ser la razón de cada logro.

Y finalmente a todas las personas que con cada aliento me impulsaron a llegar a la meta.

Br. Toribia Yampi Armuto

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco infinitamente a Dios, por permitirme culminar con esta etapa tan importante de mi vida.

A mis padres, por ser ejemplo de superación en mi vida, por ser mi motivación, y sobre todo por darme su amor.

A mis hermanos, y sobrinos, por su apoyo incondicional y por demostrarme la fe que tienen en mí.

A mi Alma mater, docentes quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias por su paciencia y enseñanzas.

Br. Jenny Edith Díaz Fernández

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, que me ayudo a llegar al punto donde me encuentro.

A mi familia, por su constante apoyo.

A mis formadores, personas de gran sabiduría quienes se han esforzado por transmitirnos sus conocimientos.

Br. Toribia Yampi Armuto

## ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Nivel de satisfacción percibido por los clientes de las Farmacias Mifarma. Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.	20
Tabla 2. Nivel de satisfacción percibido por los clientes de las Farmacias Mifarma. Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.	21
Tabla 3. Nivel de satisfacción según género.	22
Tabla 4. Nivel de satisfacción según Grado de instrucción.	24
Tabla 5. Nivel de satisfacción según tipo de cliente.	26
Tabla 6. Nivel de satisfacción en la dimensión de fiabilidad.	28
Tabla 7. Nivel de satisfacción en la dimensión de capacidad de respuesta.	29
Tabla 8. Nivel de satisfacción en la dimensión de seguridad.	30
Tabla 9. Nivel de satisfacción en la dimensión de empatía.	31
Tabla 10. Nivel de satisfacción en la dimensión de tangibilidad.	32

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Nivel de satisfacción percibido por los clientes de las Farmacias Mifarma. Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.	20
Gráfico 2. Nivel de satisfacción percibido por los clientes de las Farmacias Mifarma. Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.	21
Gráfico 3. Nivel de satisfacción según género.	22
Gráfico 4. Nivel de satisfacción según Grado de instrucción.	24
Gráfico 5. Nivel de satisfacción según tipo de cliente.	26
Gráfico 6. Nivel de satisfacción en la dimensión de fiabilidad.	28
Gráfico 7. Nivel de satisfacción en la dimensión de capacidad de respuesta.	29
Gráfico 8. Nivel de satisfacción en la dimensión de seguridad.	30
Gráfico 9. Nivel de satisfacción en la dimensión de empatía.	31
Gráfico 10. Nivel de satisfacción en la dimensión de tangibilidad.	32

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Situación del problema	1
1.2. Planteamiento del Problema	3
1.3. Justificación	3
1.4. Objetivos	4
1.4.1. Objetivo General	4
1.4.2. Objetivos Específicos	4
1.5. Variable	5
II. MARCO TEÓRICO	6
2.1. Antecedentes	6
2.2. Bases teóricas	9
2.2.1. Calidad de atención	9
2.2.2. Satisfacción del cliente	10
2.2.3. Medición de la Satisfacción: Modelo Servperf	11
2.3. Bases conceptuales	13

III.	MATERIALES Y MÉTODO	14
3.1.	Tipo de investigación	14
3.2.	Diseño	14
3.3.	Población y Muestra	14
3.4.	Métodos	16
3.5.	Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos	17
3.6.	Procesamiento de datos	18
3.7.	Análisis de datos	18
IV.	RESULTADOS	20
V.	DISCUSIÓN	33
VI.	CONCLUSIONES	36
VII.	RECOMENDACIONES	38
VIII.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	39
IX.	ANEXOS	43

## RESUMEN

La presente investigación titulada “**SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LAS FARMACIAS MIFARMA DEL SECTOR ANGAMOS DE SURQUILLO – LIMA, 2017**”, tuvo como objetivo principal establecer el nivel de satisfacción de los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, en el año 2017. Investigación es de tipo descriptivo y de diseño observacional, transversal y prospectivo. La población y muestra estuvo constituida por 91346 y 383 clientes respectivamente. Se aplicó durante el mes de octubre 2017, un cuestionario Modelo SERVPERF (Percepciones del Modelo SERVQUAL) estructurado de 22 preguntas cerradas tipo escala de Likert (Anexo 1), con opciones de respuesta de 1 a 7, haciendo uso de la técnica de encuesta. Para el análisis estadístico, se obtuvo el promedio del puntaje logrado y se determinó el nivel de acuerdo a los valores siguientes: 1,00 – 3,00 = satisfacción baja, 3,01 – 5,00 = satisfacción media y 5,01 – 7,00 = satisfacción alta. Conclusiones: (1) Los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima en el año 2017 presentan en promedio un nivel de satisfacción alta de la atención recibida; donde ningún cliente percibe satisfacción baja, 8,7% satisfacción media y 91,3% satisfacción alta. (2) Existe mayor nivel de satisfacción alta en clientes con nivel de estudio superior técnico y en clientes de tipo continuador; siendo el nivel de satisfacción similar en clientes de ambos géneros. (3) Existe en promedio un nivel de satisfacción alta en las dimensiones de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad.

**Palabras Claves:** Farmacia, cliente, satisfacción – fiabilidad - capacidad de respuesta – seguridad – empatía – tangibilidad.

## ABSTRACT

The present investigation entitled "SATISFACTION OF THE CLIENTS OF THE MIFARMA PHARMACIES OF THE SECTOR ANGAMOS DE SURQUILLO - LIMA, 2017", had as main objective to establish the level of satisfaction of the clients of the Mifarma pharmacies of the Angamos Sector of Surquillo - Lima, in the year 2017. Research is descriptive and observational, cross-sectional and prospective design. Population and sample was constituted by 91346 and 383 customers respectively. Applied during the month of October 2017, a questionnaire model structured 22 SERVPERF (perceptions of the model SERVQUAL) closed type Likert scale (annex 1), with 1 to 7 response options, making use of the technique of survey questions. For statistical analysis, the average score attained was obtained and determined the level according to the following values: 1,00-3,00 = low satisfaction, 3,01-5,00 = average satisfaction and 5,01-7,00 = high satisfaction. Conclusions: (1) Mifarma of the Angamos Sector of Surquillo - Lima pharmacies customers in 2017 are on average a level of high satisfaction of care received, where any customer perceived satisfaction low, 8.7% average satisfaction and 91,3% high satisfaction. (2) there is a higher level of high satisfaction in customers with technically superior study and continuer type clients; being similar satisfaction clients of both genders. (3) there is on average a level of high satisfaction in the dimensions of reliability, responsiveness, security, empathy and tangibility.

**Keywords:** Pharmacy - customer - reliability - responsiveness - security - empathy – tangibility.

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. SITUACIÓN DEL PROBLEMA

La calidad en la prestación de los servicios de salud es sin duda una preocupación medular en la gestión del Sector, no sólo por la aspiración a la mejora de las capacidades institucionales en los organismos y dependencias sectoriales, sino sobre todo porque en el eje de todos los procesos se encuentra la vida de las personas, cuya salud debe ser promovida y protegida como obligación insoslayable del Estado. La calidad en la prestación es condición de eficacia de los esfuerzos e intervenciones desplegadas y garantía de seguridad y trato humano para todos y cada uno de los usuarios.<sup>1</sup>

El Ministerio de Salud del Perú ha establecido su Sistema de Gestión de Calidad en Salud con la finalidad de “Contribuir fortalecer los procesos de mejora continua de la calidad en salud en los establecimientos de salud y servicios médicos de apoyo”<sup>2</sup>; sosteniendo que “La satisfacción del usuario es de fundamental importancia como una medida de la calidad de atención, porque proporciona información sobre el éxito del proveedor en alcanzar los valores y expectativas del mismo”<sup>2</sup> y que al aplicar los instrumentos de medición de la satisfacción “Los resultados obtenidos deben desencadenar tanto programas o proyectos de mejora continua de los procesos, que incorporen acciones de los monitoreo y seguimiento, así como proyectos de investigación como aportes al conocimiento y mejora de la calidad”<sup>2</sup>.

El Ministerio de Salud es el ente rector del sector salud del país. Se considera como Sector Salud al espacio social de confluencia de personas, organizaciones y entidades, que realizan actividades (todas o algunas de

ellas) relacionadas directamente con la salud pública e individual en el país, o que repercuten indirectamente en ella. No se establecen necesariamente entre ellas, una relación de dependencia orgánica, funcional o jurídica, sino de coincidencia de acciones. Se considera como parte del Sector Salud a la Sociedad Civil organizada en torno a actividades en el campo de la salud.<sup>3</sup>

En un estudio reciente de Satisfacción sobre Aseguramiento Universal de Salud en el 2014, 42,9 % de los usuarios de farmacias y boticas manifestaron que no compraron los medicamentos en el establecimiento de salud donde recibieron la atención y les prescribieron la receta médica por inexistencia de los medicamentos en el servicio de farmacia, 24,5 % refirieron que en el establecimiento donde se atendió no hay farmacia y 13,6 % que el médico tratante les recomendó comprarlos fuera del establecimiento de salud.<sup>4</sup> Siendo uno de los motivos porque los usuarios acuden a Boticas y Farmacias privadas como las Farmacias Mifarma.

Mifarma S.A.C. es una cadena de farmacias comercializadora de medicamentos, higiene, cuidado personal y productos de belleza, que se creó con la finalidad de ofrecer lugares de compra modernos, que cuenten con una gran variedad de productos de la mejor calidad y con alternativas para todos nuestros clientes, además de contar con un servicio y atención al cliente personalizado ofreciendo una mejor experiencia de compra. Surgió en noviembre del año 2005 de la mano de Química Suiza, una de las empresas nacionales de mayor desarrollo en el país.<sup>5</sup>

Mifarma S.A.C. tiene como misión “Ofrecer a nuestros clientes productos farmacéuticos y artículos de perfumería de la mejor calidad, con precios competitivos, a nivel nacional, teniendo locales estratégicos y atractivos, que entreguen la mejor atención al cliente”; teniendo los valores de prudencia, austeridad, calidez, perseverancia y respeto como el sustento de la esencia como organización, base de sus políticas y marco de referencia de sus objetivos.<sup>5</sup>

La cadena de farmacias Mifarma tiene cinco establecimientos ubicados en el Jr. Dante 900, Av. Angamos Este N° 600, Av. Angamos Este 761, Av. Angamos Este 1248 y Av. Aviación 3704; dichos establecimientos se encuentran ubicados en el sector adyacente a la Av. Angamos de Surquillo<sup>6</sup>; desconociéndose del nivel de satisfacción de sus clientes.

Los mencionados establecimientos farmacéuticos tienen gran afluencia de Hospitales, Clínicas y Centros Médicos, tanto público y privados ubicados en la zona de estudio; tales como el Hospital EsSalud II Suárez – Angamos, Hospital de la Solidaridad, Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas, Clínica Ñahui, etc.

## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

¿Cuál es el nivel de Satisfacción de los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos, Surquillo – Lima, en el año 2017?

## **1.3. JUSTIFICACIÓN**

Teórico: Conocimiento del nivel de satisfacción del cliente que acude a las farmacias Mifarma del Sector Angamos – Surquillo.

Práctica: Los resultados permitirán a los administradores de esta cadena de farmacias a formular proyectos de mejora de la calidad en beneficio de sus clientes.

Metodológica: Aplicación del Modelo SERVPERF como metodología alternativa del Modelo SERVQUAL para evaluar la satisfacción del cliente de las farmacias del país.

## **1.4. OBJETIVOS**

### **1.4.1. OBJETIVO GENERAL**

Establecer el nivel de satisfacción de los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, en el año 2017.

### **1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS:**

1. Determinar el nivel de satisfacción según género, grado de instrucción y tipo de cliente en los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos, Surquillo – Lima.
2. Determinar el nivel de satisfacción en la dimensión de fiabilidad percibida por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos, Surquillo – Lima.
3. Determinar el nivel de satisfacción en la dimensión de capacidad de respuesta percibida por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima.
4. Determinar el nivel de satisfacción en la dimensión de seguridad por clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima.
5. Determinar el nivel de satisfacción en la dimensión de empatía percibida por clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima.
6. Determinar el nivel de satisfacción en la dimensión de Tangibilidad percibida por clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima.

## **1.5. VARIABLE**

### **1.5.1. Variable de estudio:**

- Satisfacción: Sentimiento de complacencia o no hacia la atención recibida que tienen los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo - Lima.

Dimensiones:

1. Fiabilidad
2. Capacidad de Respuesta
3. Seguridad
4. Empatía
5. Tangibilidad

### **1.5.2. Variable Interviniente**

- Clientes de las farmacias: "Características de los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo - Lima"

Dimensiones:

1. Género
2. Grado de instrucción
3. Tipo de cliente

## II. MARCO TEORICO

### 2.1. Antecedentes

#### - A nivel internacional:

En Cuba, se realizó una investigación con el objetivo de evaluar la calidad del servicio que brinda la Farmacia Reparto Iglesias de Matanzas según percepción de los usuarios; dicho estudio fue de tipo descriptivo y correlacional, con una muestra de 150 usuarios, a quienes se aplicó un instrumento del modelo Service Performance (SERVPERF). Los resultados fueron: los indicadores explicación de posibles reacciones de los medicamentos y disponibilidad de los medicamentos solicitados, resultaron los de más baja evaluación. Las dimensiones del modelo peor evaluadas fueron las de fiabilidad y capacidad de respuesta. Conclusión: al evaluar los indicadores de calidad del servicio que brinda la Farmacia Reparto Iglesias, a partir del criterio de los usuarios, se obtuvo que hay un indicador con evaluación de mal y cuatro de regular, lo que indica problemas en la valoración de la calidad que tienen los clientes sobre la farmacia<sup>7</sup>.

En Chile, se realizó una investigación con el objetivo de comparar las expectativas y percepción de los usuarios de las farmacias de la ciudad de Chillán. Estudio de diseño descriptivo comparativo con una muestra de 196 usuarios, a quienes aplicaron un instrumento modelo SERVQUAL (Expectativas y Percepciones). En relación a las percepciones concluyen: Existe una baja percepción en las dimensiones de confiabilidad, responsabilidad, seguridad y empatía, y una percepción de nivel medio en relación a la dimensión de bienes tangibles<sup>8</sup>.

En Venezuela, se realizó una investigación con el objetivo de medir la calidad de servicio en farmacias tradicionales y de autoservicio del municipio Maracaibo y de la Costa Oriental del Lago del estado Zulia,

aplicando un modelo conceptual de medición (SERVPERF). El diseño de la investigación fue de tipo descriptiva, no experimental, de campo y transeccional. Los resultados refirieron que las farmacias de autoservicio ofrecen una alta calidad en su servicio mientras que en las tradicionales, la calidad de servicio es considerada “buena”, debiendo estas últimas aplicar estrategias en el mediano plazo a fin de mejorar su posicionamiento en el mercado local; asimismo, se pudo comprobar el surgimiento de grandes cadenas de farmacia que buscan atender a un público mucho más inteligente y exigente<sup>9</sup>.

- **A nivel nacional**

En el distrito de Ate Vitarte de la ciudad de Lima, se realizó una investigación con el objetivo de establecer el nivel de Satisfacción de los usuarios atendidos en la cadena de boticas Mifarma de la zona 15 de Huaycán. Investigación de tipo descriptivo y de diseño observacional, transversal y prospectivo. La población y muestra estuvo constituida por 120.599 y 383 usuarios respectivamente. Se aplicó durante el mes de diciembre 2016, un cuestionario Modelo SERVPERF (Percepciones del Modelo SERVQUAL) estructurado de 22 preguntas cerradas tipo escala de Likert (Anexo 1), con opciones de respuesta de 1 a 7, haciendo uso de la técnica de encuesta. Conclusiones: (1) Los usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima en el año 2016 presentan en promedio un nivel de satisfacción alta de la atención recibida; donde ningún usuario percibe satisfacción baja, 31,9 % satisfacción media y 68,1 % satisfacción alta. (2) Dimensión fiabilidad: satisfacción alta (5,44 puntos); donde ningún usuario percibe satisfacción baja, 32,9% satisfacción media y 67,1% satisfacción alta. (3) Dimensión capacidad de respuesta: satisfacción alta (5,53 puntos); donde ningún usuario percibe satisfacción baja, 32,4% satisfacción media y 67,6% satisfacción alta. (4) Dimensión seguridad: satisfacción alta (5,42 puntos); donde ningún usuario percibe

satisfacción baja, 32,6 % satisfacción media y 67,4 % satisfacción alta. (5) Dimensión empatía: satisfacción alta (5,30 puntos); donde ningún usuario percibe satisfacción baja, 34,7 % satisfacción media y 65,3 % satisfacción alta. (6) Dimensión tangibilidad: satisfacción alta (5,48 puntos); donde ningún usuario percibe satisfacción baja, 33,7 % satisfacción media y 66,3 % satisfacción alta<sup>10</sup>.

En el distrito de San Borja de Lima, se realizó una investigación con el objetivo de establecer el nivel de satisfacción del usuario en la atención del Servicio de Farmacia de la Clínica Internacional Sede San Borja. Estudio de tipo descriptivo y de diseño observacional, con una población y muestra de estudio a 19586 y 377 clientes respectivamente. Mediante la técnica de Encuesta se aplicó un cuestionario modelo SERVPERF de Satisfacción. Resultados: Dimensión Fiabilidad nivel alta satisfacción con 5,59 puntos (1,3% insatisfactorio, 17,2% parcialmente satisfactorio y 81,4% satisfactorio); Dimensión Capacidad de Respuesta nivel mediana satisfacción con 4,72 puntos (3,4% insatisfactorio, 70,0% parcialmente satisfactorio y 26,5% satisfactorio); Dimensión Seguridad nivel alta satisfacción con 6,14 puntos (0,5% insatisfactorio, 9,3% parcialmente satisfactorio y 90,2% satisfactorio); Dimensión Empatía nivel alta satisfacción con 6,21 puntos (1,9% insatisfactorio, 7,4% parcialmente satisfactorio y 90,7% satisfactorio); Dimensión Tangibilidad nivel mediana satisfacción con 4,91 puntos (2,7% insatisfactorio, 62,6% parcialmente satisfactorio y 34,7% satisfactorio). Conclusiones: Los pacientes del Servicio de Farmacia de la Clínica Internacional percibieron un nivel satisfactorio sobre la atención del personal farmacéutico; Existe una percepción satisfactoria de la atención en las dimensiones de fiabilidad, seguridad y empatía; y un nivel parcialmente satisfactorio de las dimensiones de capacidad de respuesta y tangibilidad; percepción similar de la satisfacción según tipo, condición y nivel de instrucción del usuario; y finalmente, mayor nivel de satisfacción en los clientes de sexo masculino<sup>11</sup>.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1. Calidad de atención**

Los clientes tienen una serie de necesidades, requisitos y expectativas. Una empresa proporciona calidad cuando su producto o servicio iguala o supera las expectativas de los consumidores; si en todo momento trata de satisfacer la inmensa mayoría de sus necesidades estará proporcionando calidad. Por lo tanto, calidad es el conjunto de aspectos y características que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades que no han sido atendidas por ninguna empresa pero que son demandadas por el público) de los clientes<sup>12</sup>.

El Sistema de Gestión de la Calidad (SGC), concebido por el Ministerio de Salud del Perú identifica la calidad de la atención como un principio básico de la atención en salud, estableciendo que la calidad es el conjunto de características técnico científicas, humanas y materiales que debe tener la atención de salud que se brinda a los usuarios para satisfacer sus expectativas en torno a ella<sup>13</sup>.

La calidad atención en salud, según la Organización Panamericana de la Salud y la Organización Mundial de la Salud (OPS/OMS), es el alto nivel de excelencia profesional, uso eficiente de los recursos, un mínimo de riesgos para el paciente, alto grado de satisfacción por parte del paciente e impacto final en la salud<sup>14</sup>.

Teniendo en cuenta que la OMS define a la calidad como el alto nivel de excelencia profesional usando eficientemente los recursos con un mínimo de riesgos para el paciente, para lograr un alto grado de satisfacción por parte de éste y produciendo un impacto final positivo en salud, podemos

sostener que la satisfacción del usuario es el aspecto fundamental de medición de la calidad<sup>15</sup>.

### **2.2.2. Satisfacción del cliente**

El término cliente es un término que proviene del latín *cliens* y que puede tener diferentes significados, de acuerdo a la perspectiva en la que se lo analice. En economía el concepto permite referirse a la persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago. Existen clientes que son constantes, que acceden a dicho bien de forma asidua, u ocasionales, aquellos que lo hacen en un determinado momento, por una necesidad puntual. En este contexto, el término es utilizado como sinónimo de comprador (la persona que compra el producto), usuario (la persona que usa el servicio) o consumidor (quien consume un producto o servicio). Cabe mencionar que los especialistas en marketing y ventas suelen distinguir entre distintas clases de clientes. Los clientes activos son los que, en la actualidad, concretan compras de manera frecuente. Los clientes inactivos, en cambio, hace tiempo que no realizan una compra por lo que es probable que estén satisfaciendo sus necesidades con la competencia. Por otro lado, existen los clientes satisfechos o clientes insatisfechos, de acuerdo al tipo de resultado que haya tenido el intercambio comercial<sup>16</sup>.

La satisfacción del cliente se define como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas"<sup>17</sup>.

La investigación de la satisfacción del cliente se ocupa de determinar hasta qué punto los productos y servicios cumplen los deseos y las necesidades del cliente. Complacer las expectativas del cliente trae como consecuencia la satisfacción, y superarlas genera una fuerte lealtad de parte del cliente. A la inversa, no complacerlas acarrea insatisfacción<sup>18</sup>.

Nada es más efectivo para el éxito de un negocio que lograr la satisfacción de sus clientes, pues un cliente satisfecho es un cliente fiel, que suele comunicar su buena experiencia de compra o servicio con otras personas, como sus familiares y amigos, y finalmente, los nuevos clientes fidelizados eliminan de su mente a la competencia<sup>19</sup>.

Conocer la opinión de los clientes es de una importancia fundamental para toda organización que pretenda ser exitosa. Medir la Satisfacción de sus clientes -además de ser un requisito del capítulo 8.2 "Seguimiento y medición" de ISO 9001- le permite a una empresa conocer sus propias fortalezas y debilidades, sobre las cuales podrá trazar las estrategias de mejora que le resulten más convenientes<sup>20</sup>.

### **2.2.3. Medición de la Satisfacción: Modelo SERVPERF**

El Ministerio de Salud del Perú elaboró un Documento Técnico "Guía Técnica para la Evaluación de la Satisfacción del Usuario Externo en los Establecimientos de Salud y Servicios Médicos de Apoyo" con el objetivo de estandarizar el proceso de la evaluación de la satisfacción del usuario externo en los establecimientos de salud y servicios médicos de apoyo.

El Documento Técnico contiene la Metodología SERVQUAL, la cual cuenta con una escala multidimensional elaborada por Parasuraman diseñada para medir satisfacción de los usuarios externos en empresas de servicios privados, en ese contexto el Ministerio de Salud ha asumido la metodología con pequeñas modificaciones en el modelo y el contenido del cuestionario, obteniendo la metodología SERVQUAL Modificado ya que define la calidad de atención como la brecha o diferencia (P-E) entre las percepciones (P) y expectativas (E) de los usuarios externos, por su validez y alta confiabilidad<sup>21</sup>.

Diversos autores como Cronin, Taylor, Babakus y Boller, sostienen que la medida de calidad de servicio del modelo SERVQUAL basado en la diferencia de expectativas y percepciones era inadecuado y que carecía de evidencia teórica y empírica; por lo que el aspecto de las percepciones o el resultado podría ser una mejor alternativa<sup>22</sup>.

Cronin y Taylor le dan el nombre de SERVPERF a este nuevo modelo que presta a la valoración del desempeño (*SERVICE PERFORMANCE*) para la medida de la calidad de servicio. Se compone de los mismos ítems y dimensiones que el SERVQUAL, considera la parte de percepciones y elimina la parte de las expectativas de los clientes<sup>23</sup>.

La parte de percepciones del modelo SERVQUAL<sup>24</sup> (y que es tomado por el modelo SERPERF) contiene cinco dimensiones:

- **Elementos Tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.
- **Fiabilidad:** Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable.
- **Capacidad de Respuesta:** Disposición y voluntad para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido.
- **Seguridad:** Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.
- **Empatía:** Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes.

Las 22 declaraciones que hacen referencia a las cinco dimensiones de evaluación de la calidad citadas, son agrupadas de la siguiente manera:

- **Fiabilidad:** Ítems del 1 al 5.

- Capacidad de respuesta: Items del 6 al 9.
- Seguridad: Items del 10 al 13.
- Empatía: Items del 14 al 18.
- Elementos tangibles: Items de 19 al 22.

### 2.3. Bases conceptuales

- **Calidad:** Grado en el que un conjunto de características inherentes, cumple con la necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita y obligatoria.<sup>25</sup>
- **Capacidad de respuesta:** Referido a la disposición y voluntad para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido.<sup>24</sup>
- **Empatía:** Referido a la atención personalizada que ofrecen los trabajadores a sus clientes.<sup>24</sup>
- **Fiabilidad:** Referido a la habilidad del trabajador para brindar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.<sup>24</sup>
- **Satisfacción:** referido al nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.<sup>26</sup>
- **Seguridad:** Referido a los conocimientos y la atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.<sup>24</sup>
- **SERVPERF:** SERVice PERFormance. Evaluación de la calidad del servicio tomando en cuenta las percepciones del cliente.<sup>23</sup>
- **Tangibilidad:** Referido a las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.<sup>24</sup>

### III. MATERIALES Y MÉTODO

#### 3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es de tipo descriptivo, dado a que se buscó describir y establecer el nivel de satisfacción de los clientes de las farmacias Mifarma del sector Angamos de Surquillo - Lima.<sup>27</sup>

#### 3.2. DISEÑO

El diseño que se aplicó es observacional, transversal y prospectivo. Es observacional (no experimental) porque las investigadoras no manipularon ninguna variable de estudio, limitándose sólo a observarla durante la recopilación de datos. Es transversal porque la medición de los datos se realizó por única vez. Es prospectivo porque al momento de hacer el proyecto el fenómeno a estudiar aún no había ocurrido.

#### 3.3. POBLACION Y MUESTRA

**Población:** Está constituida por 91.346 clientes potenciales de las Farmacias Mifarma del Sector Angamos – Surquillo en el mes de octubre 2017.

**Muestra:** Está constituida por 383 clientes de las Farmacias Mifarma del Sector Angamos – Surquillo en el mes de octubre 2017.

**Tamaño de muestra:** Se aplicó la fórmula estadística siguiente:

$$n = \frac{z^2 p q N}{E^2 (N-1) + z^2 p q}$$

Donde:

$N = \text{Población} = 91.346$

$n = \text{Tamaño de la muestra}$

$Z = \text{Nivel de fiabilidad al 95\% (valor estandarizado de 1,96)}$

$p = \text{porcentaje de satisfacción. Se asume } p = 50\% (0,5), \text{ para maximizar el tamaño de muestra porque se desconoce el parámetro poblacional (Criterio de Imparcialidad de las investigadoras)}$

$q = 1 - p$

$E = \text{Precisión o magnitud de error de } 0,05; \text{ se considera este valor como magnitud de error porque consideramos un nivel de confianza de } 0,95 (95\%)$

Reemplazando los valores en la fórmula, el tamaño de muestra es de 383 clientes.

**Unidad de análisis:**

Cliente que acude a adquirir medicamentos a las farmacias Mifarma del sector Angamos de Surquillo - Lima el mes de octubre 2017.

**Criterios de Inclusión:**

- Personas que acuden adquirir medicamentos a las farmacias Mifarma sector Angamos de Surquillo - Lima el mes de octubre 2017.
- Ambos sexos.
- Edad entre 18 a 65 años.
- Los participantes serán voluntarios.

**Criterio de Exclusión:**

- Menores de 18 años y mayores de 65 años.
- Personas que no quieren participar en el estudio
- Personas con alteraciones emocionales

**3.4. MÉTODOS**

Se hizo uso principalmente de los siguientes métodos:

- Método de Encuesta

Se aplicó este método, dado a que es un método de investigación capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida.

- Método Descriptivo

Se realizó una exposición narrativa, numérica y/o gráfica, lo más detallada y exhaustiva posible de la realidad que se investigó.

### 3.5. TECNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

**Técnicas:** Se aplicó la Técnica de Encuesta, que consiste en una interrogación escrita a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para la investigación.

**Instrumentos:** Se aplicó el Cuestionario del Modelo SERVPERF (Percepciones del Modelo SERVQUAL) estructurado de 22 preguntas cerradas tipo escala Likert (ANEXO 1), con opciones de respuesta de 1 a 7. (Ver anexo 1).

El número de reactivo (ítems o preguntas) por cada dimensión a considerar son: Fiabilidad: 1–5, Capacidad de respuesta: 6-9; Seguridad: 10-13; Empatía: 14–18 y Tangibilidad: 19–22.

Dicho cuestionario fueron validados por Huamán<sup>10</sup> y por Anlas y Villalta<sup>11</sup>.

**Recolección de datos:** Se realizaron los siguientes procedimientos:

- Se aplicó el instrumento en forma aleatoria, considerando los criterios de inclusión y exclusión.
- La aplicación del instrumento se efectuó cuando el cliente salía de la farmacia después de adquirir sus medicamentos.
- Antes de la aplicación del instrumento, se explicó y se dieron las recomendaciones necesarias al cliente para la emisión de sus respuestas.

- Se aplicó a un 10% más de la muestra seleccionada en cada farmacia con la finalidad de reemplazar aquellos instrumentos que estén incompletos.

### **3.6. PROCESAMIENTO DE DATOS**

Se desarrolló teniendo en cuenta lo siguiente:

- Verificación de la integridad de datos de los instrumentos aplicados
- Diseño de una base de datos mediante el programa SPSS versión 21 en español.
- Registro en la base de datos de la información recogida mediante los instrumentos aplicados
- Análisis estadístico haciendo uso del programa SPSS versión 21 en español.
- Elaboración de las tablas estadísticas y figuras mediante el programa Microsoft Excel 2013.

### **3.7. ANALISIS DE DATOS**

#### **Análisis descriptivo:**

- Se procedió a determinar el promedio de cada reactivo (ítem o pregunta).
- Haciendo uso de los promedios de cada reactivo, se procedió a obtener la media por dimensiones y luego en forma global.
- A fin de determinar el nivel de satisfacción, los promedios obtenidos se compararon con los valores siguientes:

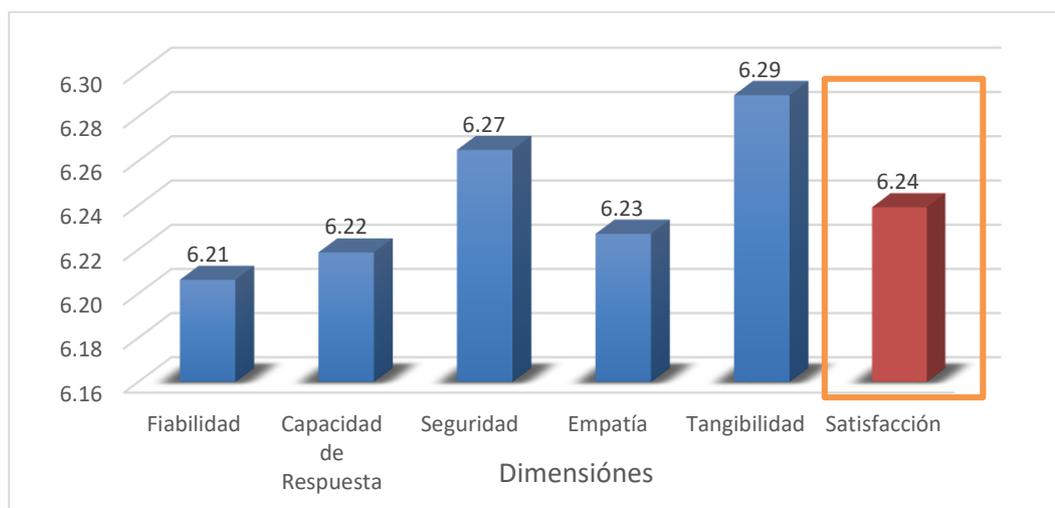
<b>Nivel de satisfacción</b>	<b>Rango promedio</b>
Satisfacción baja	1,00 – 3,00
Satisfacción media	3,01 – 5,00
Satisfacción alta	5,01 – 7,00

- Para determinar la satisfacción según género, nivel de estudio y tipo de cliente se realizaron tablas de contingencia de doble entrada, aplicándose el estadístico “chi cuadrado” para determinar su asociación.

#### IV. RESULTADOS

**Tabla 1. Nivel Satisfacción percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.**

Dimensión	Media	Nivel
Fiabilidad	6.21	Satisfacción alta
Capacidad de Respuesta	6.22	Satisfacción alta
Seguridad	6.27	Satisfacción alta
Empatía	6.23	Satisfacción alta
Tangibilidad	6.29	Satisfacción alta
Satisfacción	6.24	Satisfacción alta

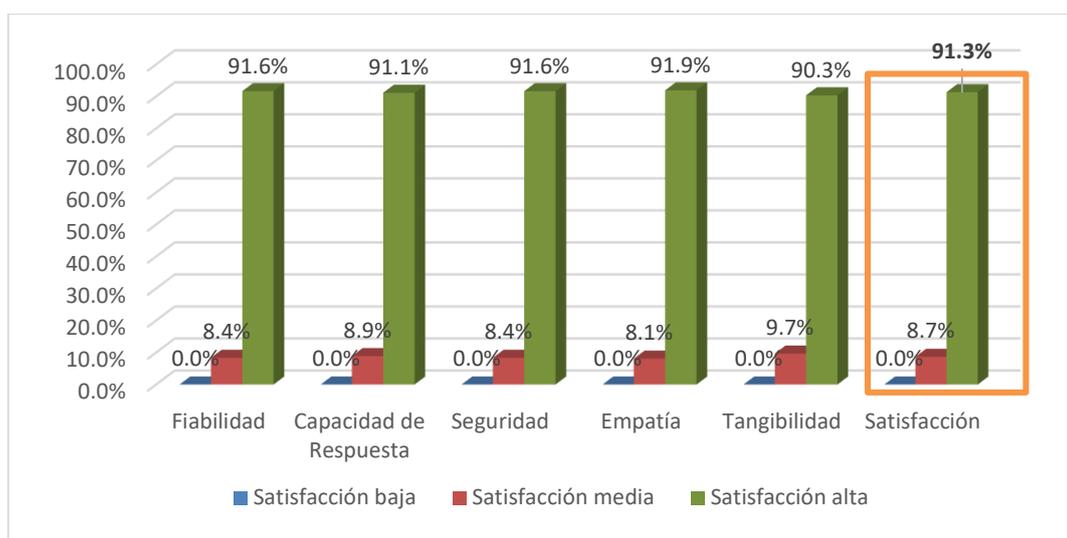


**Gráfico 1. Nivel de satisfacción percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017**

La tabla 01 nos indica que en primer lugar en la dimensión Tangibilidad se observó el mayor promedio en el nivel de satisfacción ( $\bar{x} = 6.29$ ) seguido de la dimensión Seguridad ( $\bar{x} = 6.27$ ), la última Fila nos muestra el promedio de nuestra variable Satisfacción ( $\bar{x} = 6.24$ ).

**Tabla 2. Nivel Satisfacción percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.**

	Satisfacción baja		Satisfacción media		Satisfacción alta		total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Fiabilidad	0	0.0%	32	8.4%	351	91.6%	383	100%
Capacidad de Respuesta	0	0.0%	34	8.9%	349	91.1%	383	100%
Seguridad	0	0.0%	32	8.4%	351	91.6%	383	100%
Empatía	0	0.0%	31	8.1%	352	91.9%	383	100%
Tangibilidad	0	0.0%	37	9.7%	346	90.3%	383	100%
Satisfacción	0	0.0%	166	8.7%	1749	91.3%	1915	100%

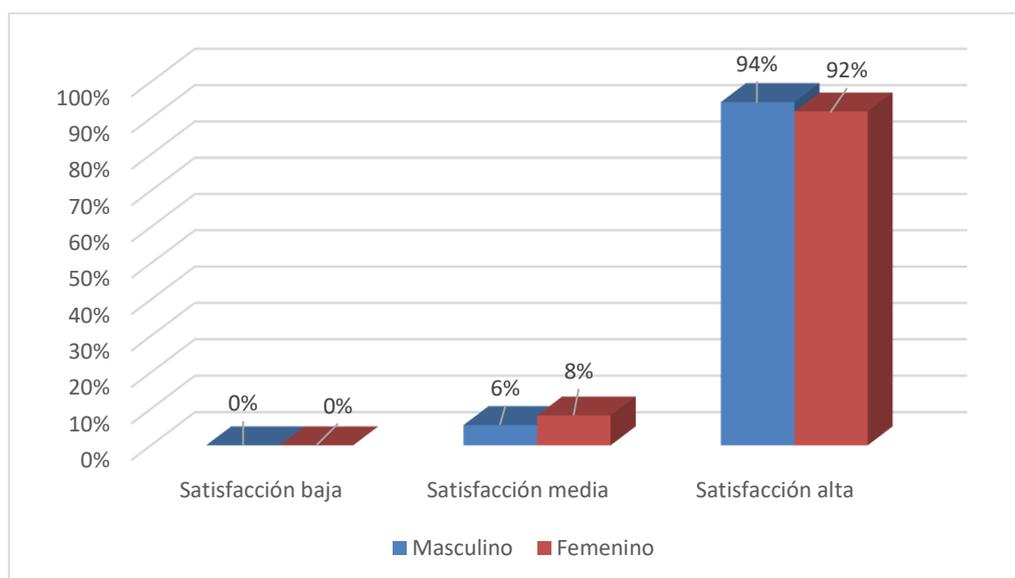


**Gráfico 2. Nivel de satisfacción percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017**

La tabla 02 nos muestra la distribución porcentual de los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017 según nivel de satisfacción por cada una de las dimensiones consideradas. La dimensión Empatía presenta un 91.9% de satisfacción alta, y el menor porcentaje de satisfacción media 8.1%, en cuanto a la Satisfacción total el porcentaje de satisfacción alta es de 91.3%.

**Tabla 3. Nivel Satisfacción percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017 por genero**

Género	Nivel de Satisfacción						Total	
	Satisfacción baja		Satisfacción media		Satisfacción alta			
	n	%	n	%	n	%	n	%
Masculino	0	0%	7	6%	119	94%	126	100%
Femenino	0	0%	21	8%	236	92%	257	100%
Total	0	0%	28	7%	355	93%	383	100%
Chi-cuadrado	Valor = 0.85		gl = 1		p valor= 0.36			



**Figura 3. Nivel Satisfacción percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017 por genero**

La tabla 03 nos muestra la distribución porcentual de los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017 por género, tenemos que el porcentaje de Hombres con alta satisfacción (94%) es superior al porcentaje de mujeres (92%).

Además, la tabla presenta los resultados de la prueba de independencia Chi-cuadrado:

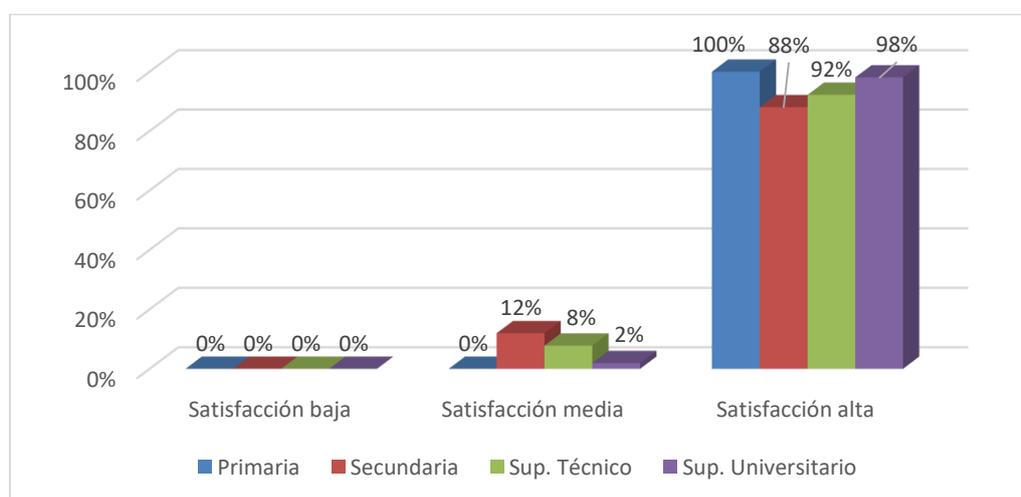
Ho: El nivel de satisfacción no está relacionado con el género del cliente de la farmacia Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.

H1: El nivel de satisfacción si está relacionado con el género del cliente de la farmacia Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.

Como el p valor proporcionado por el SPSS es mayor a 0.05 (p valor = 0.36) se acepta la Hipótesis nula (Ho), es decir El nivel de satisfacción no está relacionado con el género del cliente de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017

**Tabla 4. Nivel Satisfacción percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017 por Grado de instrucción.**

Grado de instrucción	Satisfacción						Total	
	Satisfacción baja		Satisfacción media		Satisfacción alta		n	%
	n	%	n	%	n	%		
Primaria	0	0%	0	0%	8	100%	8	100%
Secundaria	0	0%	14	12%	103	88%	117	100%
Sup. Técnico	0	0%	12	8%	142	92%	154	100%
Sup. Universitario	0	0%	2	2%	102	98%	104	100%
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>28</b>	<b>7%</b>	<b>355</b>	<b>93%</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>
Chi-cuadrado	Valor = 8.88		gl = 3		p valor= 0.031			



**Figura 4. Nivel Satisfacción percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017 por Grado de instrucción.**

La tabla 04 nos muestra la distribución porcentual de los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017 por grado de instrucción, tenemos que el grupo con grado de instrucción primaria tiene el 100% de satisfacción alta mientras que el grupo con grado de instrucción Secundaria solo llega a un 88% de alta satisfacción.

Además, la tabla presenta los resultados de la prueba de independencia Chi-cuadrado:

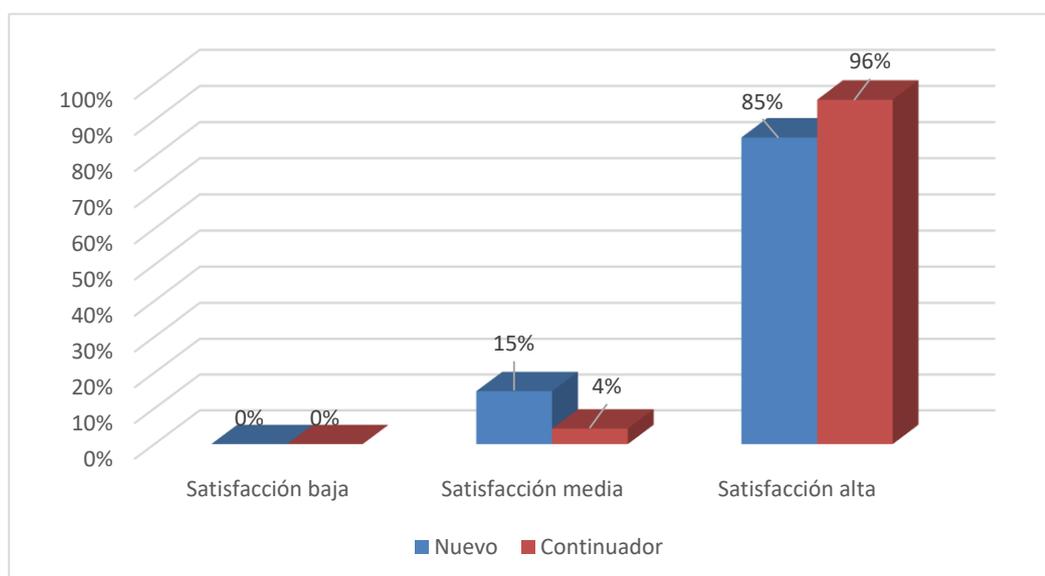
Ho: El nivel de satisfacción no está relacionado con el grado de instrucción del cliente de la farmacia Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.

H1: El nivel de satisfacción si está relacionado con el grado de instrucción del cliente de la farmacia Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.

Como el p valor proporcionado por el SPSS es menor a 0.05 (p valor = 0.031) se rechaza la Hipótesis nula (Ho), y se acepta la hipótesis alterna (H1) es decir existen evidencias estadísticas para afirmar que el nivel de satisfacción si está relacionado con el grado de instrucción del cliente de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.

**Tabla 5. Nivel Satisfacción percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017 por Tipo de Cliente.**

Tipo de Cliente	Satisfacción						Total	
	Satisfacción media		Satisfacción media		Satisfacción alta		n	%
	n	%	n	%	n	%		
Nuevo	0	0%	16	15%	92	85%	108	100%
Continuador	0	0%	12	4%	263	96%	275	100%
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>28</b>	<b>7%</b>	<b>355</b>	<b>93%</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>
Chi-cuadrado	Valor = 12.5		gl = 1		p valor= 0.000			



**Figura 5. Nivel Satisfacción percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017 por Tipo de Cliente.**

La tabla 05 nos muestra la distribución porcentual de los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017 por Tipo de Cliente, tenemos que el cliente continuador tiene un 96% de satisfacción alta mientras que en los clientes nuevos dicho porcentaje solo llega a un 85%.

Además, la tabla presenta los resultados de la prueba de independencia Chi-cuadrado:

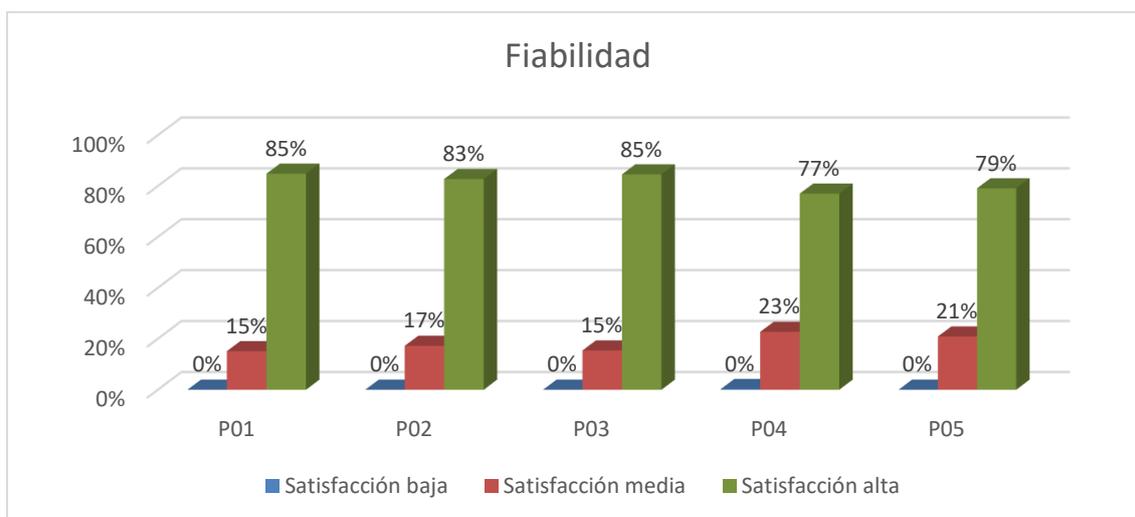
Ho: El nivel de satisfacción no está relacionado con el Tipo de cliente de la farmacia Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.

H1: El nivel de satisfacción si está relacionado con el Tipo de cliente de la farmacia Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.

Como el p valor proporcionado por el SPSS es menor a 0.05 (p valor = 0.000) se rechaza la Hipótesis nula (Ho), y se acepta la hipótesis alterna (H1) es decir existen evidencias estadísticas para afirmar que el Tipo de cliente está relacionado con el Nivel de Satisfacción en las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.

**Tabla 6. Nivel de satisfacción según indicadores de fiabilidad percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.**

Fiabilidad	Nivel de Satisfacción						Total	Media ( $\bar{x}$ )	
	Satisfacción baja		Satisfacción media		Satisfacción alta				
	n	%	n	%	n	%			
P01 Atención sin discriminación	0	0%	58	15%	325	85%	383	100%	6.21
P02 Atención según orden de llegada	0	0%	66	17%	317	83%	383	100%	6.22
P03 Atención sin errores	0	0%	59	15%	324	85%	383	100%	6.28
P04 Existencia de mecanismos para reclamar	0	0%	88	23%	295	77%	383	100%	6.18
P05 Existencia de medicamentos recetados	0	0%	80	21%	303	79%	383	100%	6.15

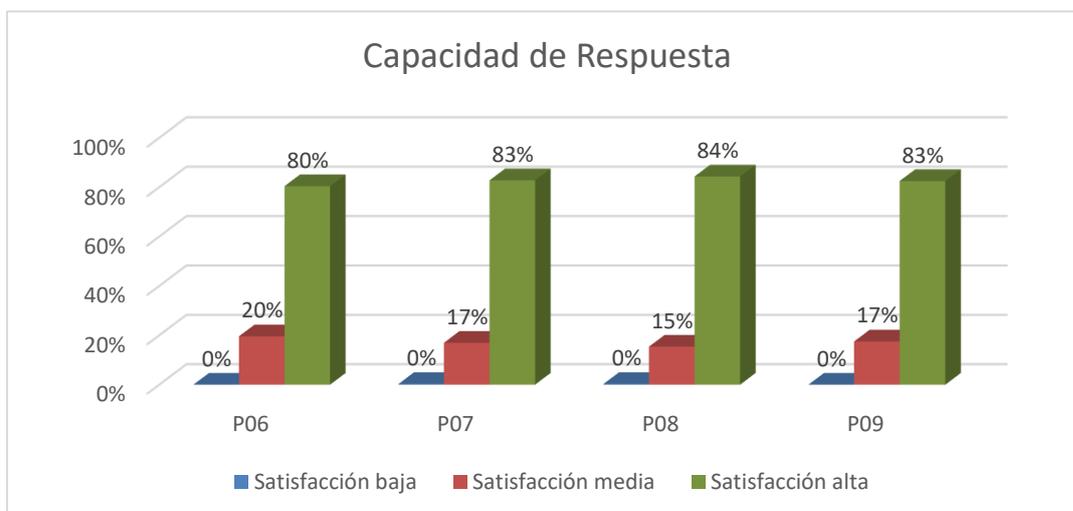


**Gráfico 6. Nivel de satisfacción según indicadores de fiabilidad percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.**

De la tabla 6 y gráfico 6, podemos observar que los clientes atendidos en el mes de octubre 2017 en las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo - Lima, en relación a la dimensión fiabilidad, se observa la mayor satisfacción en los indicadores P01 (Atención sin discriminación) y P03 (Atención sin errores) 85%.

**Tabla 7. Nivel de satisfacción en la dimensión de capacidad de respuesta percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017**

Capacidad de Respuesta		Nivel de Satisfacción						Total		Media ( $\bar{x}$ )
		Satisfacción baja		Satisfacción media		Satisfacción alta				
		n	%	n	%	n	%	n	%	
P06	Atención rápida	0	0%	75	20%	308	80%	383	100%	6.09
P07	Tiempo de espera corto	0	0%	66	17%	317	83%	383	100%	6.26
P08	Solución inmediata a su problema o dificultad	0	0%	60	16%	323	84%	383	100%	6.26
P09	Personal prioriza atenderlo	0	0%	67	17%	316	83%	383	100%	6.26

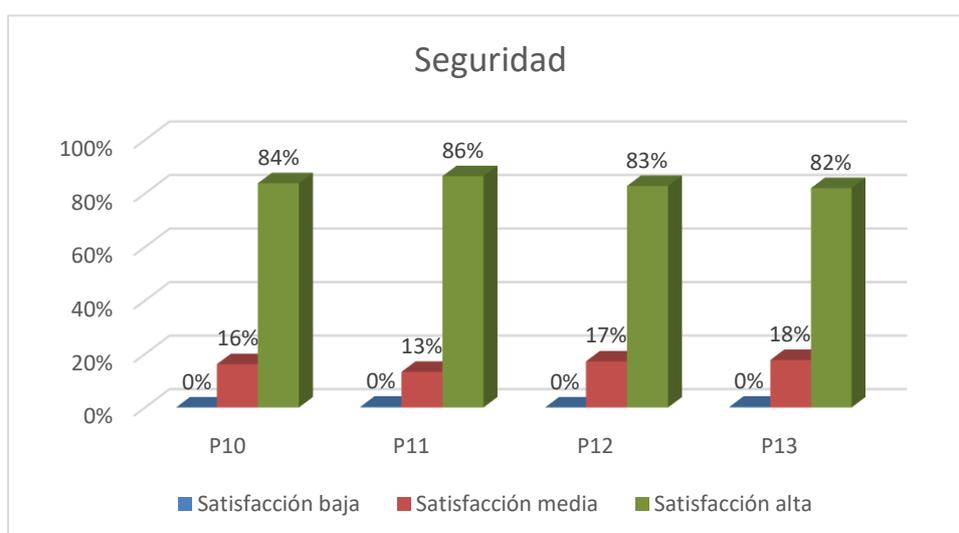


**Gráfico 7. Nivel de satisfacción en la dimensión de capacidad de respuesta percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017**

De la tabla 7 y gráfico 7, podemos observar que los clientes atendidos en el mes de octubre 2017 en las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo - Lima, en relación a la dimensión capacidad de respuesta, se observa la mayor satisfacción en el indicador P08 (Solución inmediata a su problema o dificultad) 84%.

**Tabla 8. Nivel de satisfacción en la dimensión de seguridad percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.**

Seguridad	Nivel de Satisfacción						Total	Media ( $\bar{x}$ )	
	Satisfacción baja		Satisfacción media		Satisfacción alta				
	n	%	n	%	n	%			
P10 Respeto de su privacidad durante la atención	0	0%	62	16%	321	84%	383	100%	6.31
P11 Revisión minuciosa de la receta para atenderlo	0	0%	52	14%	331	86%	383	100%	6.28
P12 Tiempo suficiente para responder sus dudas o preguntas.	0	0%	66	17%	317	83%	383	100%	6.23
P13 Personal le inspira confianza	0	0%	69	18%	314	82%	383	100%	6.24

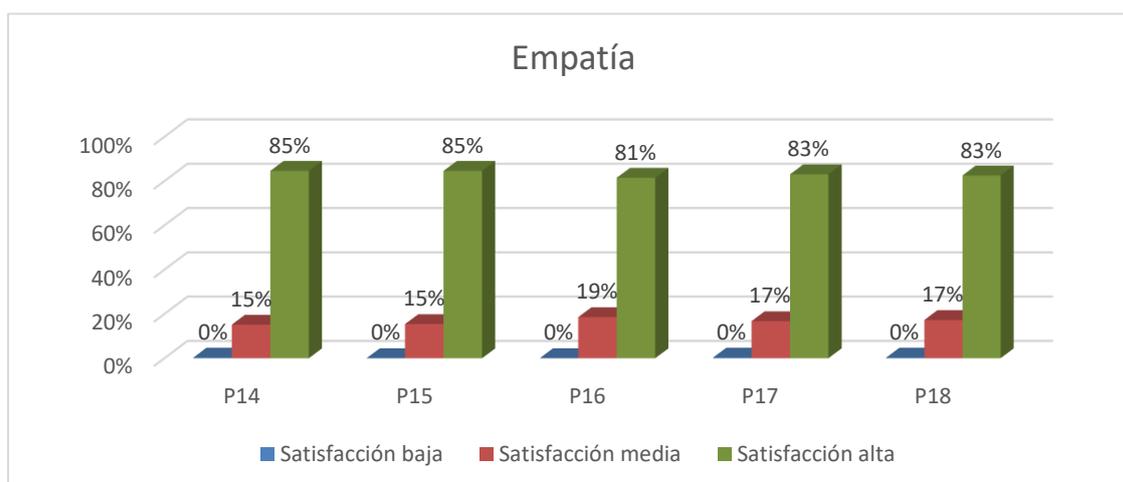


**Gráfico 8. Nivel de satisfacción según indicadores de seguridad percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.**

De la tabla 8 y gráfico 8, podemos observar que los clientes atendidos en el mes de octubre 2017 en las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo - Lima, en relación a la dimensión Seguridad, se observa la mayor satisfacción en el indicador P11 (Revisión minuciosa de la receta para atenderlo) 86%.

**Tabla 9. Nivel de satisfacción en la dimensión de empatía percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.**

Empatía	Nivel de Satisfacción						Total	Media ( $\bar{x}$ )		
	Satisfacción baja		Satisfacción media		Satisfacción alta					
	n	%	n	%	n	%				
P14	Trato amable y respetuoso durante la atención	0	0%	59	15%	324	85%	383	100%	6.27
P15	Preocupación del personal por absolver todas sus dudas e inquietudes relacionadas al tratamiento o uso de los medicamentos recetados	0	0%	59	15%	324	85%	383	100%	6.24
P16	Personal brinda información útil para su tratamiento	0	0%	71	19%	312	81%	383	100%	6.18
P17	Capacidad del personal para respetar sus ideas o puntos de vista	0	0%	65	17%	318	83%	383	100%	6.25
P18	Personal comprende su estado emocional durante la atención	0	0%	67	17%	316	83%	383	100%	6.19

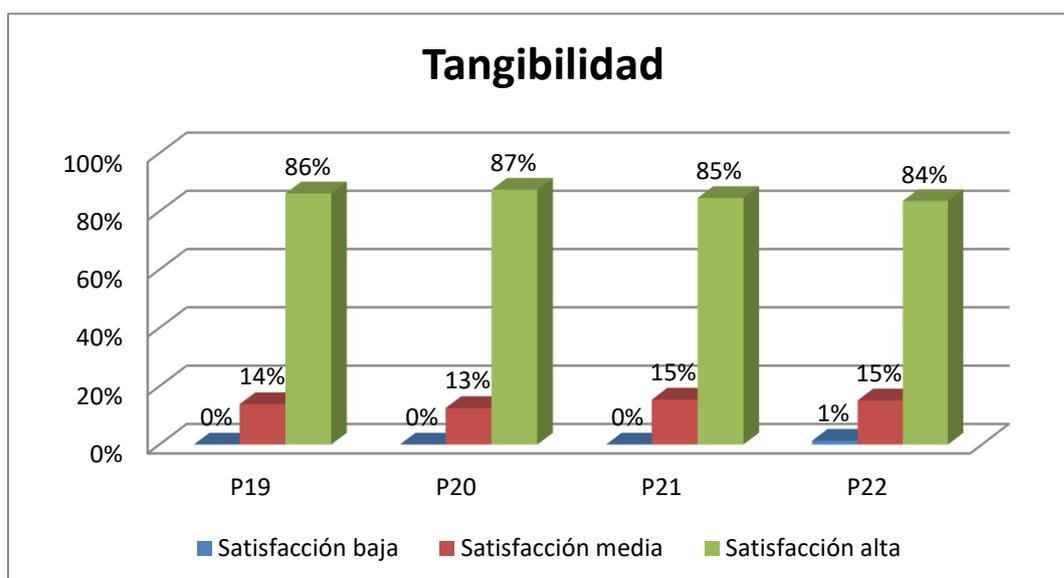


**Gráfico 9. Nivel de satisfacción en la dimensión de empatía percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.**

De la tabla 9 y gráfico 9, podemos observar que los clientes atendidos en el mes de octubre 2017 en las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo - Lima, en relación a la dimensión Empatía, se observa la mayor satisfacción en los indicadores P15 (Preocupación del personal por absolver todas sus dudas e inquietudes relacionadas al tratamiento o uso de los medicamentos recetados) y P14(Trato amable y respetuoso durante la atención) 85%.

**Tabla 10. Nivel de satisfacción en la dimensión de tangibilidad percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.**

Tangibilidad	Nivel de Satisfacción						Total	Media ( $\bar{x}$ )	
	Satisfacción baja		Satisfacción media		Satisfacción alta				
	n	%	n	%	n	%			
P19 Señalización adecuada para ubicar el Servicio	0	0%	53	14%	330	86%	383	100%	6.29
P20 Personal presenta vestimenta adecuada	0	0%	48	13%	335	87%	383	100%	6.36
P21 Ambiente adecuados para el expendio de medicamentos	0	0%	59	15%	324	85%	383	100%	6.29
P22 Ambiente adecuado para brindar consulta farmacológica especializada.	0	0%	60	16%	323	84%	383	100%	6.22



**Gráfico 10. Nivel de satisfacción en la dimensión de tangibilidad percibido por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, 2017.**

De la tabla 10 y gráfico 10, podemos observar que los clientes atendidos en el mes de octubre 2017 en las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo - Lima, en relación a la dimensión Tangibilidad, se observa la mayor satisfacción en el indicador P20 (Personal presenta vestimenta adecuada) 87%.

## V. DISCUSION

La investigación efectuada nos permitió establecer que los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo - Lima en el año 2017 presentaron un nivel de satisfacción alta de la atención recibida; siendo similar a los resultados hallados por Castellano<sup>9</sup> en el Servicio en Farmacias de Maracaibo y de la Costa Oriental del Lago del Estado Zulia – Venezuela (2013), Anlas y Villalta<sup>11</sup> en la Farmacia de la Clínica Internacional Sede San Borja (2013) y Huamán<sup>10</sup> en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima (2016); el nivel de satisfacción determinado es mayor al nivel regular hallados por Bofill, López y Murguido<sup>7</sup> en la farmacia Reparto Iglesias de Matanzas – Cuba (2016) y al nivel bajo hallado por Aguilera y Saavedra en las farmacias en la ciudad de Chillán – Chile (2013).

El nivel de satisfacción alta determinado con un promedio de 6,21 puntos en la dimensión de fiabilidad; destacando que 91.6% de los clientes percibieron una satisfacción alta; esto se debe esencialmente porque los clientes de las Farmacias Mifarma del Sector Angamos – Surquillo consideran que el personal tienen las habilidades de brindar atención sin cometer errores, respetando el orden de llegada y sin discriminación alguna; asimismo, porque existen mecanismos para presentar alguna queja o reclamo de la atención recibida y por la existencia de medicamentos que recetó el médico. Similar resultado de satisfacción (5,59 puntos) fue hallado por Anlas y Villalta en la Clínica Internacional sede San Borja<sup>11</sup>, destacando un nivel de alta satisfactorio en el 81,4% de los pacientes. Asimismo, similar nivel de satisfacción alta (5,44 puntos) hallado por Huamán en la Cadena de Boticas Mifarma en Vitarte<sup>10</sup> en la que destaca que solo el 67,1% de los cliente presentaron satisfacción alta en esta dimensión.

El nivel de satisfacción alta determinado con un promedio de 6,22 puntos en la dimensión de capacidad de respuesta, resaltando que 91,1% de los clientes

percibieron un nivel de satisfacción alta; este resultado se debe esencialmente porque los clientes de las farmacias Mifarma Sector Angamos – Surquillo consideran que el personal brinda una atención rápida en la dispensación de medicamentos, solución inmediata del personal al problema o dificultad que tuvieron, priorización de la atención por parte del personal antes que sus asuntos personales y tiempo corto de espera desde su llegada hasta su atención en ventanilla. Similar nivel de satisfacción alta (5,53 puntos) hallado por Huamán en la Cadena de Boticas Mifarma en Vitarte<sup>10</sup> en la que destaca que solo el 67,6% de los cliente presentaron satisfacción alta en esta dimensión. Resultado de menor nivel, mediana satisfacción (4,72 puntos) fue hallado por Anlas y Villalta en la Clínica Internacional sede San Borja<sup>11</sup>, destacando un nivel satisfactorio en el 26, 5% de los pacientes.

El nivel de satisfacción alta determinado con un promedio de 6,27 puntos en la dimensión de seguridad, destacando que 91,6% de los clientes perciben un nivel de satisfacción alta; esencialmente se da porque los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos – Surquillo consideran que el personal respetan a su privacidad durante la atención, revisan minuciosamente la receta para atenderlo, inspiran confianza durante la atención y por qué brindan el tiempo suficiente para atender sus dudas o preguntas. Similar resultado de satisfacción (6,14 puntos) fue hallado por Anlas y Villalta en la Clínica Internacional sede San Borja<sup>11</sup>, destacando un nivel satisfactorio en el 90,2% de los pacientes. Asimismo, similar nivel de satisfacción alta (5,42 puntos) hallado por Huamán en la Cadena de Boticas Mifarma en Vitarte<sup>10</sup> en la que destaca que solo el 67,4% de los cliente presentaron satisfacción alta en esta dimensión.

El nivel de satisfacción alta determinado con un promedio de 6,23 puntos en la dimensión de empatía, destacando que 91,9% de los clientes percibieron un nivel de satisfacción alta; esencialmente se da porque los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos – Surquillo consideran que el personal

brinda un trato amable y respetuoso, tienen la capacidad para respetar sus ideas o puntos de vista, se preocupan por absolver todas sus dudas e inquietudes relacionadas al tratamiento o uso de medicamentos, comprenden su estado emocional y brindan información útil para su tratamiento. Similar resultado de satisfacción (6,21 puntos) fue hallado por Anlas y Villalta en la Clínica Internacional sede San Borja<sup>11</sup>, destacando un nivel satisfactorio en el 90,7% de los pacientes. Asimismo, similar nivel de satisfacción alta (5,30 puntos) hallado por Huamán en la Cadena de Boticas Mifarma en Vitarte<sup>10</sup> en la que destaca que solo el 65,3% de los clientes presentaron satisfacción alta en esta dimensión.

El nivel de satisfacción alta determinado con un promedio de 6,29 puntos en la dimensión de tangibilidad, destacando que 90,3% de los clientes percibieron un nivel de satisfacción alta; esencialmente se da porque los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos – Surquillo consideran que el personal tiene una presentación adecuada, disponen de ambientes libres para el expendio de medicamentos, hacen uso de carteles, letreros o flechas del establecimiento para ubicar el Servicio de Farmacia y disponen de un ambiente para brindarle consulta farmacológica especializada (Dispensación Farmacéutica). Similar nivel de satisfacción alta (5,30 puntos) hallado por Huamán en la Cadena de Boticas Mifarma en Vitarte<sup>10</sup> en la que destaca que solo el 65,3% de los cliente presentaron satisfacción alta en esta dimensión. Resultado de menor nivel, mediana satisfacción (4,91 puntos) fue hallado por Anlas y Villalta en la Clínica Internacional sede San Borja<sup>11</sup>, destacando un nivel satisfactorio en el 34,7% de los pacientes.

## V. CONCLUSIONES

1. Los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima en el año 2017 presentan en promedio un nivel de satisfacción alta de la atención recibida (6,24 puntos); donde ningún cliente percibe satisfacción baja, 8,7% satisfacción media y 91,3% satisfacción alta.
2. Existe mayor nivel de satisfacción alta en clientes con grado de instrucción primario y en clientes de tipo continuador; siendo el nivel de satisfacción similar en clientes de ambos géneros.
3. Los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima presentan en promedio en la dimensión fiabilidad un nivel de satisfacción alta de la atención recibida (6,21 puntos); donde ningún cliente percibe satisfacción baja, 8,4% satisfacción media y 91,6% satisfacción alta.
4. Los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima presentan en promedio en la dimensión capacidad de respuesta un nivel de satisfacción alta de la atención recibida (6,22 puntos); donde ningún cliente percibe satisfacción baja, 8,9% satisfacción media y 91,1% satisfacción alta.
5. Los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima presentan en promedio en la dimensión seguridad un nivel de satisfacción alta de la atención recibida (6,27 puntos); donde ningún cliente percibe satisfacción baja, 8,4% satisfacción media y 91,6% satisfacción alta.
6. Los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima presentan en promedio en la dimensión empatía un nivel de satisfacción alta de la atención recibida (6,23 puntos); donde ningún cliente

percibe satisfacción baja, 8,1% satisfacción media y 91,9% satisfacción alta.

7. Los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima presentan en promedio en la dimensión tangibilidad un nivel de satisfacción alta de la atención recibida (6,29 puntos); donde ningún cliente percibe satisfacción baja, 9,7% satisfacción media y 90,3% satisfacción alta.

## VII. RECOMENDACIONES

1. Socializar la investigación efectuada con los establecimientos farmacéuticos evaluados (Sector Angamos – Surquillo), con la finalidad que conozcan la satisfacción percibida por sus clientes y tomen acciones que crean conveniente.
2. Considerar como tema de investigación en el año 2019 en futuros graduados a fin de realizar un estudio comparativo de satisfacción de los clientes de las farmacias Mifarma del sector Angamos – Surquillo.

## VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Ministerio de Salud del Perú. Sistema de Gestión de la Calidad en Salud. Documento Técnico RM 519 – 2016/MINSA. Lima, Perú: Dirección de Calidad de Salud; 2007.
2. Ministerio de Salud del Perú. Satisfacción del usuario Externo Documento Técnico RM 519 – 2016/MINSA. Lima, Perú: Dirección de Calidad de Salud; 2013. [Citado 10 Oct 2017]. Disponible en: <http://www.minsa.gob.pe/dgsp/observatorio/documentos/teleconferencia/Satisfacci%F3n%20del%20Usuario%20Externo.pdf>
3. Ministerio de Salud del Perú. Aseguramiento Universal en Salud. Algunos aspectos del marco normativo. Lima, Perú: Dirección General de Salud de Personas; 2011. [Citado 10 Oct 2017]. Disponible en: <http://www.minsa.gob.pe/dgsp/archivo/ponencias/ponencia02.pdf>
4. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Encuesta Nacional de Satisfacción de Usuarios del Aseguramiento Universal en Salud, 2014. Perú: Talleres del INEI; 2014.
5. Mifarma. Nosotros. [Internet]. 2013. [Citado 12 Oct 2017]. Disponible en: <https://www.mifarma.com.pe/nosotros/>
6. Mifarma. Nosotros. [Internet]. 2013. [Citado 12 Oct 2017]. Disponible en: <https://www.mifarma.com.pe/locales/>
7. 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 [revista en Internet]. 2016 [citado 2017 Oct 22]; 14(3):[aprox. 8 p.]. Disponible en: <http://www.medisur.sld.cu/index.php/medisur/article/view/3324>

8. Aguilera N y Saavedra C. Expectativas y satisfacción de los usuarios de las farmacias en la ciudad de Chillán". [Tesis para título de Ingeniero Comercial]. Chile: Universidad del Bío-Bío; 2013. [citado 22 Oct 2017]. Disponible en: <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/249/1/Aguielera%20Ortega,%20Natalie.pdf>
9. Castellano S. Evaluación de la Calidad de Servicio en Farmacias de Maracaibo y de la Costa Oriental del Lago del Estado Zulia. En: CICAG, Vol. 10 Núm. 2 Marzo - Agosto 2013. Venezuela. Disponible en <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/cicag/article/viewarticle/2266/3778>
10. Huaman AJ. Satisfacción de los usuarios atendidos en la cadena de boticas Mifarma de la zona 15 de Huaycán, Ate – Lima, 2016. [Tesis para optar el título profesional de Químico Farmacéutico]. Lima – Perú: Universidad Wiener; 2017.
11. Anlas DM, Villalta DE. Satisfacción del Cliente en la Atención del Servicio de Farmacia en la Clínica Internacional Sede San Borja 2013. [Tesis para optar el título profesional de Químico Farmacéutico]. Lima – Perú: Universidad Wiener; 2013.
12. Editorial Vértice. La calidad en el servicio al cliente. [Internet]. España: Editorial Vértice; 2008. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=M5yGtQ5m4yAC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
13. Ministerio de Salud. Normas Técnicas de Estándares de Calidad para Hospitales e Institutos Especializados. Lima, Perú: Dirección Ejecutiva de Calidad en Salud; 2013.
14. OPS / OMS. Manual de Gerencia de la calidad, Wash-USA; 1996.

15. Tito HM, Dávila VR. Satisfacción del usuario de los Servicios de Consulta Externa de Pediatría del Hospital Guillermo Almenara Irigoyen. Rev. de Ciencias de la Salud 2:2 2007: 40-47.
16. Pérez PJ, Gardey A. Definición de cliente. [Internet]. 2009. [Citado 16 Oct 2017]. Disponible en: <https://definicion.de/cliente/>
17. Kotler P. Dirección de Mercadotecnia. 8va Edición. México: Pearson Educación; 2001.
18. Dutka A. Manual de AMA para la satisfacción del cliente. España: Editorial Granica; 1998.
19. Movistar. Cómo lograr la satisfacción de sus clientes. [Internet] 2005. [Citado 16 Oct 2017]. Disponible en: <http://destinonegocio.com/pe/negocio-por-internet-pe-pe/como-lograr-la-satisfaccion-de-sus-clientes/>.
20. Calidad & Gestión. La satisfacción del cliente y su importancia para la empresa. [Internet] 2011. [Citado 17 Oct 2017]. Disponible en: [http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65\\_satisfaccion\\_del\\_cliente.html](http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65_satisfaccion_del_cliente.html)
21. Ministerio de Salud del Perú. Guía Técnica para la Evaluación de la Satisfacción del Usuario Externo en los Establecimientos de Salud y Servicios Médicos de Apoyo. RM 527- 2011/ MINSA del 11 de Julio del 2011.
22. Setó PD. De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente. Madrid, España: Editorial ESIC; 2004.
23. Aiteco Consultores. SERVPERF: alternativa al SERVQUAL para evaluar la Calidad de Servicio. [Internet] s/f. [Citado 17 Oct 2017]. Disponible en: <https://www.aiteco.com/servperf-una-alternativa-al-servqual/>

24. Aiteco Consultores. El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio. [Internet] s/f. [Citado 17 Oct 2017]. Disponible en: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
25. ISO. ISO 9000 Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario. [Internet]. 2005. [Citado 22 Oct 2017]. Disponible en: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9000:ed-3:v1:es>
26. Kotler P. y Córdova JA. Dirección de Mercadotecnia: Análisis, planeación y control. 8va. Ed. México: Prentice-Hall Hispanoamericana; 1996.
27. Hernández SR, Fernández CC, Baptista LP. Metodología de la Investigación. 6ta. Edición. México; Ed. McGraw Hill Interamericana Editores; 2010.

# ANEXOS

## ANEXO N° 1: INSTRUMENTO: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Estimado cliente, estamos realizando una investigación con el objetivo de determinar el nivel de satisfacción de los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos, Surquillo – Lima, en el año 2017. Por favor, sírvase contestar todas las preguntas. Dichas respuestas serán tratadas con estricta confidencialidad.

MARCAR CON UN ASPA (X) LA RESPUESTA QUE CREA CONVENIENTE

### DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO:

1. Género	Masculino.....	1
	Femenino.....	2
2. Grado de Instrucción	Primaria.....	1
	Secundaria.....	2
	Superior Técnico.....	3
	Superior Universitario.....	4
3. Tipo de cliente	Nuevo.....	1
	Continuador.....	2

A continuación se presentan una serie de afirmaciones que se refieren a como usted **HA RECIBIDO** la atención en el Servicio de Farmacia.

Califique utilizando una escala numérica del 1 al 7, considerando a 1 como la menor calificación y 7 como la mayor calificación.

N°	Afirmaciones	Calificación						
		1	2	3	4	5	6	7
<b><i>En la Botica que acudió a comprar su medicamento:</i></b>								
1	Usted fue atendido sin discriminación	1	2	3	4	5	6	7
2	Usted fue atendido respetando su orden de llegada	1	2	3	4	5	6	7
3	Lo atendieron sin cometer errores	1	2	3	4	5	6	7
4	Existen mecanismos para presentar alguna queja o reclamo de la atención recibida	1	2	3	4	5	6	7
5	Existieron los medicamentos que le recetó su médico	1	2	3	4	5	6	7

6	El tiempo de espera desde su llegada al servicio de Farmacia hasta su atención en ventanilla fue corto	1	2	3	4	5	6	7
7	El personal lo atendió rápido en la dispensación de medicamentos.	1	2	3	4	5	6	7
8	El personal le solucionó inmediatamente algún problema o dificultad que usted tuvo	1	2	3	4	5	6	7
9	El personal priorizó atenderlo antes que atender asuntos personales	1	2	3	4	5	6	7
10	El personal respetó su privacidad durante su atención	1	2	3	4	5	6	7
11	El personal revisó minuciosamente su receta médica para atenderlo	1	2	3	4	5	6	7
12	El personal le brindó el tiempo suficiente para contestar sus dudas o preguntas	1	2	3	4	5	6	7
13	El personal que le atendió le inspiró confianza	1	2	3	4	5	6	7
14	El personal le brindó un trato amable y respetuoso	1	2	3	4	5	6	7
15	El personal se preocupó por absolver todas sus dudas relacionadas a su tratamiento o uso de medicamentos	1	2	3	4	5	6	7
16	El personal le brindó información útil para su tratamiento	1	2	3	4	5	6	7
17	El personal tuvo la capacidad de respetar sus ideas o puntos de vista	1	2	3	4	5	6	7
18	El personal comprendió su estado emocional durante la atención	1	2	3	4	5	6	7
19	Los carteles, letreros o flechas del establecimiento para ubicar el Servicio de Farmacia son adecuados	1	2	3	4	5	6	7
20	La presentación personal o apariencia del personal que lo atendió fue adecuada	1	2	3	4	5	6	7
21	Cuenta con ambientes libres para la venta de medicamentos	1	2	3	4	5	6	7
22	Cuenta con un ambiente adecuado para brindarle consulta farmacológica especializada (Dispensación Farmacéutica)	1	2	3	4	5	6	7

**Agradecemos vuestra gentil colaboración.**

**Anexo N° 02: MATRIZ DE CONSISTENCIA**

TÍTULO	PROBLEMAS	OBJETIVOS	MARCO TEÓRICO	VARIABLES	METODOLOGÍA
SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LAS FARMACIAS MIFARMA DEL SECTOR ANGAMOS DE SURQUILLO – LIMA EN EL AÑO 2017.	<p><b>GENERAL:</b></p> <p>¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, en el año 2017?</p>	<p><b>GENERAL:</b></p> <p>Establecer el nivel de satisfacción de los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, en el año 2017.</p> <p><b>ESPECÍFICOS:</b></p> <p>1) Determinar el nivel de satisfacción según género, grado de instrucción y tipo de cliente en los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, en el año 2017.</p> <p>2) Determinar el nivel de satisfacción en la dimensión de fiabilidad percibida por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima.</p> <p>3) Determinar el nivel de satisfacción en la dimensión de capacidad de respuesta percibida por los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima.</p>	<p><b>Antecedentes de la investigación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bofill-Placeres A, López-Fernández R, Murguido-Santiesteban Y. Calidad del servicio en la farmacia Reparto Iglesias de Matanzas según percepción de los usuarios 2016.</li> <li>- Aguilera N y Saavedra C. Expectativas y satisfacción de los usuarios de las farmacias en la ciudad de Chillán” 2013</li> <li>- Castellano S. Evaluación de la Calidad de Servicio en Farmacias de Maracaibo y de la Costa Oriental del Lago del Estado Zulia. Venezuela, 2013.</li> </ul>	<p><b>Variable de estudio :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fiabilidad,</li> <li>- Capacidad de Respuesta</li> <li>- Seguridad</li> <li>- Empatía</li> <li>- Tangibilidad</li> </ul> <p><b>Variable Interviniente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Género</li> <li>- Nivel de estudio</li> <li>- Tipo de cliente</li> </ul>	<p><b>Tipo de Investigación:</b> Descriptivo y observacional, transversal, prospectivo</p> <p><b>Población y muestra</b> Población: 91.346 Muestra: 383</p> <p><b>Método de Investigación:</b> - Encuesta - Descriptivo</p> <p><b>Técnica e Instrumento:</b> Encuesta – Cuestionario</p>

TÍTULO	PROBLEMAS	OBJETIVOS	MARCO TEÓRICO	VARIABLES	METODOLOGÍA
		<p>4) Determinar el nivel de satisfacción en la dimensión de seguridad por clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima.</p> <p>5) Determinar el nivel de satisfacción en la dimensión de empatía percibida por clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima.</p> <p>6) Determinar el nivel de satisfacción en la dimensión de Tangibilidad percibida por clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Huamán AJ. Satisfacción de los usuarios atendidos en la cadena de boticas Mifarma de la zona 15 de Huaycán, Ate – Lima, 2016.</li> <li>- Anlas DM, Villalta DE. Satisfacción del Cliente en la Atención del Servicio de Farmacia en la Clínica Internacional Sede San Borja 2013.</li> </ul> <p><b>Teorías:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Calidad de atención</li> <li>- Satisfacción del cliente</li> <li>- Medición de la satisfacción a través del Modelo SERVPERF</li> </ul>		

**Anexo N° 03**  
**MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	TIPO DE VARIABLE Y VALOR
<p><b>Variable de estudio</b></p> <p>Satisfacción</p> <p>Sentimiento de complacencia o no hacia la atención recibida que tienen los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo - Lima.</p>	<p><b>Fiabilidad</b></p> <p>“Habilidad del que atiende para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa”</p>	1: Atención sin discriminación	<p>Cualitativa</p> <p>Ordinaria: Los números denotan la intensidad de satisfacción</p> <p>1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7.</p>
		2: Atención según orden de llegada	
		3: Atención sin errores	
		4: Existencia de mecanismos para reclamar	
		5: Existencia de medicamentos recetados	
	<p><b>Capacidad de Respuesta</b></p> <p>“Disposición y voluntad para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido”</p>	6: Atención rápida	<p>Cualitativa</p> <p>Ordinaria: Los números denotan la intensidad de satisfacción</p> <p>: 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7.</p>
		7: Tiempo de espera corto	
		8: Solución inmediata a su problema o dificultad	
		9: Personal prioriza atenderlo	

	<b>Seguridad</b> “Habilidades para inspirar credibilidad y confianza, haciendo uso eficaz de sus conocimientos y la atención prestada”	10: Respeto de su privacidad durante la atención	Cualitativa  Ordinaria: Los números denotan la intensidad de satisfacción  : 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7.
		11: Revisión minuciosa de la receta para atenderlo	
		12: Tiempo suficiente para responder sus dudas o preguntas.	
		13: Personal le inspira confianza	
	<b>Empatía</b> “Atención individualizada que ofrecen los empleados a sus clientes”	14: Trato amable y respetuoso durante la atención	Cualitativa  Ordinaria: Los números denotan la intensidad de satisfacción  : 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7.
		15: Preocupación del personal por absolver todas sus dudas e inquietudes relacionadas al tratamiento o uso de los medicamentos recetados	
		16: Personal brinda información útil para su tratamiento	
		17: Capacidad del personal para respetar sus ideas o puntos de vista	
	18: Personal comprende su estado emocional durante la atención		
	<b>Tangibilidad</b> “Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación”	19: Señalización adecuada para ubicar el Servicio	Cualitativa  Ordinaria: Los números denotan la intensidad de satisfacción: 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7.
		20: Personal presenta vestimenta adecuada	
		21: Ambiente adecuados para el expendio de medicamentos	
22: Ambiente adecuado para brindar consulta farmacológica especializada.			

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	TIPO DE VARIABLE Y VALOR
<b>Variables Intervinientes:</b> Clientes de las Farmacias.  “Características de los clientes de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo - Lima”	Género	1) Masculino 2) Femenino	Cualitativa Nominal
	Grado de estudio	1) Primaria 2) Secundaria 3) Superior técnico 4) Superior universitario	Cualitativa Ordinal
	Tipo de cliente	1) Nuevo 2) Continuador	Cualitativa Nominal

### ANEXO 4: PLANO SECTOR ANGAMOS DE SURQUILLO – LIMA

