



Universidad Norbert Wiener

**FACULTAD DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA**

**Grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en Boticas y
Farmacias del Distrito de Huaycán. Febrero – Abril 2018**

Tesis para optar el Título Profesional de Químico Farmacéutico

Presentado por:

Br. Madison Melissa Pacahuala Espinoza

Asesor:

Q.F. Ronal Rosendo López Parra

Lima – Perú

2018

DEDICATORIA

Dedico esta tesis que es mi triunfo y logro de haber terminado mis estudios universitarios a

Dios y mis padres;

A mi padre Juan Abilio Pacahuala Merjildo, quien me ha enseñado; ética, responsabilidad
y el coraje para afrontar los problemas.

A mi madre María Lucia Espinoza Ponce de Pacahuala, quien siempre estuvo ahí con una
mantita y un café caliente en cada desvelo.

A ambos por su apoyo incondicional en la parte moral y económica para llegar a ser
profesional.

A mi novio, hermanos y familia en general por un sí se puede.

Bachiller: Madison Melissa Pacahuala Espinoza

AGRADECIMIENTOS

Doy gracias a Dios por permitirme cumplir con mis sueños.

A la Universidad Privada Norbert Wiener, por ser mi alma mater por permitirme formarme en ella y poder estudiar mi carrera, así como también a los diferentes docentes que fueron parte de mi formación académica y profesional gracias a todos ustedes.

A mi asesor Q.F. Ronal Rosendo Lopez Parra, por haberme brindado su conocimiento y asesoramiento durante el tiempo dedicado en la realización de esta tesis.

A mi profesor Q.F. Manuel Gregorio Hernandez Aguilar, por trasmitirme su conocimiento y guiarme para cumplir el objetivo de terminar esta tesis.

Bachiller; Madison Melissa Pacahuala Espinoza

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se planteó como objetivo, determinar el grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en Boticas y Farmacias del Distrito de Huaycán. Febrero - Abril 2018. La metodología empleada refiere una investigación de tipo descriptiva, no experimental, correlacional, transversal, medido mediante la escala de Likert, que es una escala psicométrica utilizada para realizar mediciones y conocer sobre el grado de satisfacción de un usuario o cliente. La muestra estuvo conformada por 374 usuarios mayores de 18 años que asisten a una de las once boticas y farmacias del Distrito de Huaycán y adquieren medicamentos con o sin receta médica, la recolección de datos se hizo a partir de una encuesta con 20 preguntas con puntuaciones de 1: muy malo; 2: malo; 3: regular; 4: bueno; 5: excelente. Del total de la población encuestada el 29,41% fue población masculina y el 70,59% población femenina. El 70,59% asistieron a boticas y el 29,41% a farmacias; grado de instrucción primaria (17.65%), secundaria (52,39%), técnico superior (5,88%) y superior (23.53%). Como resultados y conclusiones, el 57,44% del usuario califica como buena y excelente sobre el nivel de satisfacción al usuario, de las boticas y farmacias de la Av. 15 de Julio del Distrito de Huaycán.

Palabras clave: Calidad de atención, satisfacción al usuario, dimensiones, atención farmacéutica.

SUMMARY

The present research work was proposed as an objective, to determine the degree of satisfaction of the users with the attention provided in Boticas and Farmacias of the District of Huaycán. February - April 2018. The methodology used refers to a descriptive, non-experimental, correlational, cross-sectional investigation, measured using the Likert scale, which is a psychometric scale used to make measurements and know about the degree of satisfaction of a user or client. . The sample consisted of 374 users over 18 who attend one of the eleven pharmacies and pharmacies of the District of Huaycán and acquire medicines with or without a prescription, the data collection was made from a survey with 20 questions with scores of 1: very bad; 2; bad; 3: regular; 4: good; 5: excellent. Of the total population surveyed, 29.41% were male and 70.59% female. 70.59% attended pharmacies and 29.41% attended pharmacies; grade of primary education (17.65%), secondary (52.39%), technical superior (5.88%) and superior (23.53%). As results and conclusions, we have that, 57.44% of the user qualifies as good and excellent about the level of satisfaction to the user, of the pharmacies and pharmacies of Av. 15 de Julio in the District of Huaycán.

Key words: Quality of attention, user satisfaction, dimensions, pharmaceutical care.

ÍNDICE GENERAL

	Pag.
INTRODUCCIÓN	01
1.1 Situación problemática.....	02
1.2 Formulación del problema	03
1.3 Justificación.....	04
1.4 Limitaciones.....	04
1.5 Hhipótesis	05
1.5.1 Hipótesis general.....	05
1.5.2 Hipótesis específica.....	05
1.6 Variables	05
II MARCO TEÓRICO	06
2.1 Antecedentes de la investigación.....	06
2.1.1 Estudio a nivel internacional.....	06
2.1.2 Estudio a nivel nacional.....	07
2.2 Objetivos.....	09
2.2.1 Objetivo general.....	09
2.2.2 Objetivos específicos.....	09
2.3 Marco conceptual.....	09
2.3.1 Conceptos generales de calidad de servicio.....	09
2.3.2 Satisfacción del cliente.....	13
2.4 Marco conceptual.....	14
2.4.1 Definición de términos básicos.....	14
III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	17
3.1 Tipo y diseño de estudio.....	17
IV RESULTADOS	19
V ANALISIS Y DISCUSIÓN	25
VI CONCLUSIONES	27
VII RECOMENDACIONES	28
VIII REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	29
IX ANEXOS	31

ÍNDICE DE TABLAS

Pag.

TABLA 1

Nivel de satisfacción al usuario según encuesta..... 19

TABLA 2

Calidad de atención en establecimientos farmacéuticos: dimensión fiabilidad..... 20

TABLA 3

Calidad de atención en establecimientos farmacéuticos: dimensión sensibilidad..... 21

TABLA 4

Calidad de atención en establecimientos farmacéuticos: dimensión elementos tangibles 22

TABLA 5

Calidad de atención en establecimientos farmacéuticos: dimensión seguridad..... 23

TABLA 6

Calidad de atención en establecimientos farmacéuticos: dimensión empatía..... 24

ÍNDICE DE FIGURAS

Pag.

FIGURA 1

Nivel de satisfacción al usuario según encuesta..... 19

FIGURA 2

Calidad de atención en establecimientos farmacéuticos según dimensión fiabilidad.... 20

FIGURA 3

Calidad de atención en establecimientos farmacéuticos según dimensión sensibilidad. 21

FIGURA 4

Calidad de atención en establecimientos farmacéuticos según dimensión
elementos tangibles..... 22

FIGURA 5

Calidad de atención en establecimientos farmacéuticos según dimensión seguridad.... 23

FIGURA 6

Calidad de atención en establecimientos farmacéuticos según dimensión empatía..... 24

ÌNDICE DE ANEXOS

	Pag.
9.1: Modelo de encuesta.....	31
9.2: Conceptualización operacional	32
9.3: Encuesta sobre satisfacción al usuario con la atención brindada.....	33
9.4: Matriz de consistencia.....	34
9.5: Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéutico.....	35
9.6: Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéutico.....	35
9.7: Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéutico.....	36
9.8: Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéutico.....	36
9.9: Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéutico.....	37
9.10: Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéutico.....	37
9.11: Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéutico.....	38
9.12: Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéutico.....	38
9.13: Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéutico.....	39
9.14: Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéutico.....	39
9.15: Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéutico.....	40
9.16: Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéutico.....	40
9. 17: Plano de zona de ubicación de los establecimientos farmacéutico.....	41

GLOSARIO DE DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Calidad. Según la DRAE, es la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor. Es el grado en que los productos cumplen con las exigencias de la gente que los utiliza.

Calidad de atención. Es la capacidad de respuesta de la organización a las demandas del mercado, basado en la actitud personal y capacidad profesional de sus trabajadores respecto a la atención del cliente, que produzca un efecto favorable en el cliente.

Dispensación. Es la entrega del medicamento a partir de una receta médica con conocimiento del mismo, es decir dosis, propiedades, reacciones adversas, entre otros.

Medicamento: Sustancia química destinada a la prevención o tratamiento, de alguna patología. Tiene en su composición principio activo y excipientes.

Oficina Farmacéutica: Establecimiento Farmacéutico que tiene al Químico Farmacéutico como Director Técnico, responsable de la dispensación farmacéutica y de todas las actividades que allí se realice.

Prescripción: Indicación de un medicamento a partir de un diagnóstico en una determinada forma farmacéutica y su dosificación.

Satisfacción al usuario: Es el resultado de una serie de factores que buscan entregar al usuario según su requerimiento lo que éste espera de la empresa o del servicio.

Receta Médica: Prescripción otorgada por el médico donde se indica el medicamento, forma farmacéutica, dosificación, la cual debe estar con firma y sello del profesional.

I INTRODUCCIÓN

Los establecimientos farmacéuticos tienen como objetivo principal mejorar la calidad de atención brindada a los usuarios mejorando sus servicios y buscando de forma permanente la satisfacción de los usuarios motivados por la competencia entre ellos, lo que permitirá captar la mayor cantidad de clientes, donde la calidad sobre las farmacias es definida como la excelencia profesional, mínimo riesgo al usuario y un alto grado de satisfacción hacia el usuario.

Existe correlación entre la atención brindada o calidad de atención y el nivel de satisfacción del usuario, donde las dimensiones elemento tangible, recursos humanos, confiabilidad tienen relación directa con la sensibilidad, seguridad y empatía. Permiten medir el nivel de correlación que existe entre ambas variables, en la cual se adaptó nuestro instrumento de evaluación respecto a los objetivos propuestos mediante el instrumento SERVQUAL (Quality Service).

Los usuarios acuden a los establecimientos farmacéuticos buscando calidad sobre la atención la cual incluye tiempo mínimo de espera, precios accesibles, compromiso del personal profesional, stock de productos, entre otros, lo que obliga a los establecimientos farmacéuticos a mejorar su servicio y buscar la entera satisfacción del usuario. Por lo tanto representa un compromiso en mejorar la atención brindada a los usuarios.

El objetivo fue determinar y conocer el nivel de satisfacción de los usuarios de las Boticas y Farmacias del Distrito de Huaycán respecto a la atención brindada y con los resultados obtenidos trazar propuestas de mejoras, además de proponer acciones que permitan mejorar la calidad de servicio, la satisfacción al usuario, y contribuir a la salud del paciente, lo cual tiene impacto social.

1.1 Situación problemática

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), la salud se define como un estado de completo bienestar físico, mental y social no sólo la ausencia de enfermedad o incapacidad. Por lo tanto, no solamente cuenta el buen estado físico o fisiológico, sino también el aspecto psicológico y como influye el entorno (socioeconómico, familiar, laboral, emocional y medioambiental)¹.

La homeostasis está referida a la capacidad que tiene el cuerpo para mantener y regular sus condiciones internas para asegurar el funcionamiento adecuado del cuerpo, ya que de lo contrario, el individuo puede sufrir grandes daños o incluso la muerte. Este equilibrio puede verse afectado en algún momento por cualquier factor endógeno o exógeno, afectando las vías digestivas, urinarias, respiratoria, sistema nervioso central, entre otros, por el cual se debe acudir a una consulta médica o centro de salud.

En ocasiones, el paciente acude a un establecimiento farmacéutico como botica y/o farmacia para adquirir algún medicamento luego de su consulta privada o automedicación, donde busca atención farmacéutica, precios bajos y atención rápida, lo cual influye en la satisfacción del usuario.

Los hospitales públicos son instituciones importantes de la vida urbana actual es aquella que se ocupa de la salud de los más desprotegidos es parte de una organización médica y social cuya misión consiste en proporcionar a la población una asistencia médica sanitaria completa, tanto curativa como preventiva y cuyos servicios externos irradian hasta el ámbito familiar, además el Hospital es un centro de formación de personal médico-sanitario y de investigación bio-social².

Se requieren grandes recursos económicos y logísticos para atender una mayor adquisición de medicamentos y puedan estos satisfacer a los usuarios en la dispensación de medicamentos, la adquisición de los mismos se hacen generalmente mediante licitación pública, buscando generalmente la calidad en los mismos, con algunas excepciones, como costos más bajos, por lo que los productos genéricos van a primar en la adquisición, pero que no siempre ello satisface al usuario al tenerse el

concepto que siempre los medicamentos comerciales o de marca, son mejores que los genéricos. Siempre se busca en el fármaco una triada de factores, como eficacia, seguridad e inocuidad. De otro lado, las cadenas de boticas han venido proliferando a nivel nacional, basado en los grandes capitales de inversión².

Anteriormente al Decreto otorgado por el Expresidente Alberto Fujimori, dice: cualquier persona natural o jurídica puede aperturar un establecimiento farmacéutico, siempre y cuando esté bajo la Dirección Técnica (regencia) de un Profesional Químico Farmacéutico. Son los usuarios beneficiados con esta normativa lo que incentiva la competitividad entre establecimientos, el marketing farmacéutico, la calidad de atención, el stock de productos, los precios, entre otros son los factores que van a prevalecer para la elección del usuario y la decisión de acudir a uno u otro establecimiento, buscando siempre una buena calidad en la atención por lo tanto un alto grado de satisfacción.

En ese sentido, se realiza el presente trabajo de investigación con el fin de determinar el grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán. Febrero -Abril 2018.

1.2 Formulación del problema

Problema general

¿Cuál es el grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán? Febrero -Abril 2018.

Problemas específicos

- ¿Cuáles son los factores que determinan el grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán? Febrero -Abril 2018.
- ¿Cuál es la relación que existe entre el grado de satisfacción de los usuarios y la atención brindada en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán? Febrero -Abril 2018.

1.3 Justificación

Los profesionales Químico Farmacéuticos, responsables de una Dirección Técnica tienen como objetivo principal, salvaguardar la salud de las personas y contribuir a la recuperación del paciente. Cuenta además en los establecimientos farmacéuticos, con personal profesional calificado como los técnicos en farmacia que apoyan en el expendio del medicamento.

La misión del Químico Farmacéutico es velar por la salud de las personas y así mismo abastecer de los medicamentos necesarios para la población, su contribución es valiosa ya que sin una buena calidad en la atención y medicamentos necesarios no se podía curar el paciente, así mismo un buen servicio hace que los pacientes salgan mucho más satisfechos y conformes con tratamiento, es conveniente esta investigación por eso se desea que los pacientes estén satisfechos y conformes que tengan una experiencia agradable no se quejen por una mala atención ya que nuestra profesión es vocación de servicio, en todo el mundo .

La necesidad de satisfacer las expectativas de los usuarios adquiere cada vez mayor importancia con requerimientos cada vez más fuertes sobre los servicios de farmacia o boticas, por lo que esta investigación aportará una información sobre la satisfacción del cliente para mejorar la atención y dispensación del servicio de farmacia. En este estudio se intenta conocer el grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán. Febrero -Abril 2018.

1.4 Limitaciones

- La baja predisposición del público atendido en farmacias y boticas a participar de la encuesta.
- La restricción de las boticas y farmacias de la avenida 15 de julio del Distrito de Huaycán, al acceso a su establecimiento y contactar con su público o clientes y poder desarrollar la encuesta.

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis General

Existe un bajo grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán. Febrero -Abril 2018.

1.5.2 Hipótesis Específica

- Existen diversos factores que determinan el grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán. Febrero -Abril 2018.
- Existe relación entre el grado de satisfacción de los usuarios y la atención brindada en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán. Febrero -Abril 2018.

1.6 Variables

1.6.1 Variable Independiente

Atención brindada a los usuarios atendidos en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán Febrero -Abril 2018.

Variable dependiente

Grado de satisfacción de los usuarios atendidos en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán Febrero -Abril 2018.

Variable interviniente

Percepción y subjetividad del usuario

1.6.2 Definición operacional de Variables

El grado de satisfacción del usuario está referido a la atención recibida al adquirir un medicamento en una farmacia o botica y pueda este tener la conformidad en cuanto al tipo de atención, tiempo de atención, atención personalizada, stock de medicamentos y precios. Esta percepción de atención y satisfacción puede ser baja, intermedia o alta, de acuerdo al servicio que se brinda al usuario.

II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Estudio a nivel Internacionales:

Bofill A, López R, Murguido Y, Cuba (2016), en su investigación : “Calidad del servicio en la farmacia Reparto Iglesias de Matanzas”.
Objetivo: Evaluar la calidad del servicio que brinda la farmacia reparto Iglesias. Métodos: Se diseñó un estudio descriptivo y correlacional. La muestra (150 usuarios) se obtuvo mediante un muestreo probabilístico y asistemático de los usuarios de la farmacia. A partir de las dimensiones definidas en el modelo Service Perfomance, fueron identificados los indicadores que permiten, mediante el criterio de los usuarios, evaluar la calidad del servicio en la farmacia. Las variables del estudio fueron las dimensiones del modelo y sus respectivos indicadores, identificados mediante el criterio de expertos. Resultados: Los indicadores explican las posibles reacciones de los medicamentos y disponibilidad de los medicamentos solicitados, siendo estos los más bajos de la 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 farmacia³.

Sánchez J, Martí C, Recuero L, Mejía M, Gómez M, Barreda D. España (2015), en su investigación : “Satisfacción percibida del Servicio de Farmacia”.
Objetivo: Conocer el grado de satisfacción del cliente interno (facultativos especialistas de área (FEA) y enfermería) y del cliente externo (pacientes) de un Servicio de Farmacia (SF). Métodos: Estudio transversal de un hospital de segundo nivel. El cuestionario dirigido al cliente interno constaba de 4 preguntas comunes (escala tipo-likert) con 5 respuestas. La encuesta del cliente externo, dirigida a los pacientes de la Consulta de Atención Farmacéutica a Pacientes

Externos, constaba de 5 preguntas (escala tipo-likert) con 5 respuestas. Resultados: 231 encuestas fueron enviadas a FEA y 288 a enfermería, con un porcentaje de contestación del 65% y 70% respectivamente. Atendiendo al cliente externo, la encuesta fue cumplimentada por 314 pacientes, que valoraron el SF con una media de $8,0\pm 1,5$. Conclusiones: Ambos clientes se encuentran satisfechos con el SF. Esta satisfacción se considera un elemento fundamental para determinar la calidad del SF y las sugerencias permiten detectar oportunidades de mejora⁴.

Aguilera N, Saavedra C, Chile (2013), en su investigación ;“Expectativas y satisfacción de los usuarios en las farmacias de Chillán-Chile”. Objetivos: Obtener resultados sobre la satisfacción de los usuarios a la hora de comprar en una farmacia. Para la medición de las expectativas y satisfacción de los usuarios de las farmacias, se realizó una encuesta SERVQUAL realizada a una muestra aleatoria simple. Por último, se realizaron recomendaciones orientadas a las farmacias de la ciudad de Chillán, en base a los malos resultados de las dimensiones entregadas por la encuesta, con el objetivo de poder aportar a la mejora de un mejor servicio en el área farmacéutico⁵.

2.1.2 Estudio a nivel nacional

Huaman J, Lima (2017), en su investigación; “Satisfacción de los usuarios atendidos en la cadena de boticas MIFARMA de la zona 15 de Huaycán, Ate – Lima, 2016”, Objetivo: Determinar el nivel de Satisfacción de los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas MIFARMA de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima. 2016. Metodología: Descriptivo y diseño observacional. La población fue de 120.599 y la muestra de 383 usuarios. Se utilizó un cuestionario Modelo SERVPERF (Percepciones del Modelo SERVQUAL) estructurado de 22 preguntas cerradas tipo escala de Likert, con opciones de respuesta de 1 a 7, haciendo uso de la técnica de encuesta. Resultado: Un 68,1 % de la población tiene un alto nivel satisfacción. Conclusiones: los usuarios de la Cadena de Boticas MIFARMA de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima – 2016, tuvieron un

alto nivel de satisfacción de la atención recibida; ningún usuario percibe satisfacción baja, 31,9 % satisfacción media y 68,1 % satisfacción alta⁶.

Sanchez D, Lima (2016), en su investigación; “Nivel de satisfacción global de los usuarios atendidos en la Botica Punto Farma de Chorrillos.2015”. Objetivo: Determinar el nivel de satisfacción global de los usuarios atendidos en la Botica Punto Farma de Chorrillos.2015. Metodología: Deductivo, descriptivo, cuantitativa, con un diseño no experimental. Se validó el contenido de los ítems del instrumento mediante una prueba piloto. La muestra fue de 200 usuarios que acudieron a la botica Punto Farma de Chorrillos. Resultados: el 69% de los usuarios tienen una buena satisfacción y el 31% una regular satisfacción. Conclusiones: Existe un alto nivel de satisfacción del usuario, por lo que se considera que hay una alta aceptación de los usuarios sobre el nivel de satisfacción, aceptándose la hipótesis⁷.

Castro S, Trujillo (2012), en su investigación; “Grado de satisfacción de los usuarios del establecimiento farmacéutico Privado Boticas Arcángel, ubicado en el Distrito del Porvenir – Trujillo. Febrero 2012”. Objetivo : Determinar la correlación entre las características socio-demográficos: sexo, edad, grado de instrucción, y el grado de satisfacción . Metodología: Descriptiva, transversal, con un total de 383 encuestados, entre 18 a 70 años de edad. Resultados: El grado de satisfacción global del usuario en una escala de 1 al 5, fue de 3.93 y el porcentaje de usuarios totalmente satisfechos fue de 97.9%. Conclusiones: No se encontró correlación entre las características socio-demográficos: sexo, edad, grado de instrucción, y el grado de satisfacción⁸.

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo General

Determinar el grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán Febrero -Abril 2018.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar los factores que determinen el grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán. Febrero -Abril 2018.
- Conocer la relación que existe entre grado de satisfacción y la atención brindada en los usuarios atendidos en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán. Febrero -Abril 2018.

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Conceptos generales de calidad y calidad de servicio

Entender los conceptos de servicio y calidad del servicio es fundamental para comprender el objeto y las características de los modelos de medición. El diccionario de la Real Academia Española define servicio como acción y efecto de servir, como servicio doméstico e incluso como conjunto de criados o sirvientes.

En términos más aplicados, servicio es definido como: “Un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios”⁹.

“Es el conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o que se suministran en relación con las ventas”. “Es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles

y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico”¹⁰.

Servicio es entonces entendido como el trabajo, la actividad y/o los beneficios que producen satisfacción a un consumidor. Se define como servicio al cliente al conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo¹⁰. Otra definición lo define como aquella actividad que relaciona la empresa con el cliente, a fin de que éste quede satisfecho con dicha actividad¹¹.

“El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional”¹².

Al agregar lo antedicho a la definición propia de servicio, se puede plantear una definición para servicio al cliente y adicionalmente establecer los medios y su objetivo. Servicio al cliente es el establecimiento y la gestión de una relación de mutua satisfacción de expectativas entre el cliente y la organización. Para ello se vale de la interacción y retroalimentación entre personas, en todas las etapas del proceso del servicio.

El objetivo básico es mejorar las experiencias que el cliente tiene con el servicio de la organización. Estas definiciones permiten entrever los elementos de análisis en el establecimiento de un estudio del concepto de calidad percibida del servicio al cliente, a través unos elementos básicos de estudio del constructo.

Características de los servicios

Estos elementos descansan en las características fundamentales de los servicios: La intangibilidad, la no diferenciación entre producción y entrega, la inseparabilidad de la producción y el consumo⁸.

De las características diferenciadoras entre los productos tangibles y los servicios cabe destacar el hecho de ser causantes de las diferencias en la determinación de la calidad del servicio. Así, no se pueden evaluar del mismo modo servicios y productos tangibles⁸.

La intangibilidad

La mayoría de los servicios son intangibles. No son objetos, más bien son resultados. Esto significa que muchos servicios no pueden ser verificados por el consumidor antes de su compra para asegurarse de su calidad, ni tampoco se pueden dar las especificaciones uniformes de calidad propias de los bienes. Por tanto, debido a su carácter intangible, una empresa de servicios suele tener dificultades para comprender como perciben sus clientes la calidad de los servicios que presta^{12,13}.

La heterogeneidad.

Los servicios, especialmente, son poco estandarizables, lo cual quiere decir que quien presta un servicio puede variar frente a otro por tanto la calidad varía de acuerdo con la percepción que se tenga de determinado servicio¹⁴. Al respecto, Duque (2005)⁹ manifiesta que “Es difícil asegurar una calidad uniforme, porque lo que la empresa cree prestar puede ser muy diferente a lo que el cliente percibe que recibe de ella”.

La inseparabilidad

Los servicios mantienen una relación de doble vía entre quien consume y crea el servicio, es por ello que la producción es un esfuerzo conjunto del consumidor y el vendedor, volviéndose esto un acto indisociable¹⁵.

En muchos servicios, la producción y el consumo son indisociables. En servicios intensivos en capital humano, a menudo tiene lugar una interacción entre el cliente y la persona de contacto de la empresa de servicios. Esto afecta considerablemente la calidad y su evaluación. Según Zeithaml, V. & Parasuraman, A. (2004), estas características de los servicios implican consecuencias importantes en el estudio de la calidad del servicio¹⁶.

La valoración (por parte del cliente) de la calidad del servicio tiene lugar mediante una comparación entre expectativas y resultados. Las evaluaciones de la calidad hacen referencia tanto a los resultados como a los procesos de prestación de los servicios⁹.

Concepto de calidad del servicio

En la literatura académica, la medición de la calidad del servicio ha suscitado algunas diferencias de criterio. La principal hace referencia que es lo que realmente se está midiendo. En general se encuentran tres tendencias de constructos que se usan para evaluar la calidad del servicio: calidad, satisfacción y valor. La investigación en el área se ha centrado básicamente en calidad y satisfacción; el valor es el concepto con más bajo nivel de estudio hasta el momento⁹.

La calidad de atención en organizaciones de servicios ha sido interpretada de múltiples formas. La calidad representa “Aquellas características que responden a las necesidades del cliente y la ausencia de deficiencias”. El cliente es quien define la calidad final del producto y debe ser establecida para satisfacer sus necesidades y expectativas”; Por tanto “La calidad se define en términos de quien la valora”¹⁷.

Otro concepto sobre calidad de atención, está referida conjunto de actividades que realizan los establecimientos de salud y los servicios médicos de apoyo en el proceso de atención, desde el punto de vista técnico y humano, para alcanzar los efectos deseados tanto por los proveedores como por los usuarios, en términos de seguridad, eficacia, eficiencia y satisfacción del usuario¹⁸.

Sobre el impacto final en la salud, todas son consideraciones válidas, porque si la atención médica es de alta calidad o no depende mucho del criterio de quién la analiza. Cuando se utiliza la palabra calidad, en realidad, el usuario por lo general considera características típicas de la atención médica, como eficiencia, cuidados y eficacia¹⁹.

2.3.2 Satisfacción del cliente

La satisfacción de servicio esta expresada en términos de satisfacción del usuario externo que está dada por la diferencia de expectativas y percepciones. A nivel mundial, la Organización Mundial de la Salud (OMS), que ha liderado todo lo referente al tema de la satisfacción de la atención en Farmacias, para la cual calidad es: “Un alto nivel de excelencia profesional, uso eficiente de los recursos, un mínimo de riesgo para el usuario, impacto final en la salud y un alto grado de satisfacción por parte del usuario”. (OMS 2002)²⁰.

La satisfacción es, un concepto abstracto que el cliente emplea para medir el grado con el que el producto sirve a la finalidad que él ha establecido. Satisfacción, según el Diccionario de la Lengua Española es: la acción y efecto de satisfacer y por satisfacer se entiende: Cumplir, llenar ciertos requisitos o exigencias. Ser alguna cantidad, magnitud, etcétera la que hace que se cumplan las condiciones expresadas en un problema por tanto, ser su solución²¹.

El comprador encuentra satisfacción cuando el producto que compra resuelve eficazmente sus problemas, del mismo modo que una cifra concreta resuelve la ecuación matemática de la que es solución. En este sentido, el comprador es quien dicta la ecuación por tanto, de algún modo, expresa las condiciones y requisitos que debe cumplir la solución. Pero la sencillez de la definición de satisfacción y del símil matemático empleado, ocultan el hecho real de su subjetividad y variabilidad²¹.

No hay una vara de medir satisfacciones además, es un concepto que encierra componentes aleatorios y dinámicos complejos. Aleatorios, porque lo que en un mercado o segmento de el es satisfactorio, puede no serlo en otro y dinámicos, porque la evolución y sofisticación de la demanda transforma la satisfacción de hoy en la insuficiencia de mañana. A mayor satisfacción, mayor competitividad en virtud de ello, cobra pleno sentido, en el proceso de lanzamiento de un nuevo producto, la necesidad de identificar y conocer cuáles son las características y propiedades del producto que generan satisfacción²¹.

2.4 Marco Conceptual

2.4.1 Definición de términos básicos

Aspectos Tangibles

Son los aspectos físicos que el usuario percibe de la institución. Están relacionados con las condiciones y apariencia física de las instalaciones, equipos, personal, material de comunicación, limpieza y comodidad¹⁷.

Calidad

Se acepta la definición de la calidad como la totalidad de los rasgos y las características de un producto o servicio que se sustenta en su habilidad para satisfacer las necesidades establecidas e implícitas y la bastante similar planteada en la norma internacional ISO9000 que indica que calidad es la “Totalidad de las características de una entidad (proceso, producto, organismo, sistema o persona) que le confieren aptitud para satisfacer las necesidades establecidas e implícitas”

La administración de la calidad total, se focaliza en las necesidades del cliente y en la mejora continua de los procesos. Cada proceso sea operacional, administrativo o interdepartamental, es continuamente definido y mejorado. Esto hace que a veces las salidas superen las expectativas que tienen los clientes de una organización¹⁵.

Evaluación de la satisfacción del usuario externo

Proceso referido a la valoración de la calidad de la atención en los servicios de salud por el usuario, a través de las principales actividades del proceso de atención.

Empatía

Es la capacidad que tiene una persona para ponerse en el lugar de otra persona y entender y atender adecuadamente las necesidades del otro.

Establecimiento de Salud

Aquellos que realizan en régimen ambulatorio o de internamiento, atenciones de salud con fines de prevención, promoción, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación a fin de mantener o restablecer el estado de salud de las personas.

Expectativa del Usuario

Define lo que el usuario espera del servicio que brinda la institución de salud. De forma básicamente por sus experiencias pasadas, sus necesidades conscientes, la comunicación boca a boca e información externa. A partir de aquí puede surgir una retroalimentación hacia el sistema cuando el usuario emite un juicio.

Fiabilidad

Capacidad para cumplir exitosamente con el servicio ofrecido.

Medicamento genérico

En 1996 la OMS proponía la noción de “medicamentos de múltiples fuentes”, también se mencionan como “medicamento competidor”, “medicamento similar”, “producto farmacéutico multiorigen”, “medicamento intercambiable”; hoy en día podríamos concluir que un medicamento genérico es aquel fármaco que no es producido por el laboratorio innovador que desarrolló el principio activo (el laboratorio que lo produjo por primera vez y lo patentó)²².

Receta médica

Recetar significa prescribir un medicamento; es la acción de dar forma documental a la prescripción. La prescripción de medicamentos que constituye la pauta de tratamiento con ellos, es recogida por el paciente, sus familiares y en otros casos por el personal sanitario, bien oral o escrita (receta) para obtener del farmacéutico los medicamentos indicados²³.

La receta médica constituye la decisión del médico a partir de un diagnóstico, luego de auscultar al paciente de indicar un fármaco con eficiencia terapéutica, señalándose además la dosis, frecuencia y tiempo de tratamiento, a fin de recuperar al paciente²⁴.

Satisfacción del Usuario Externo

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 ofrece¹⁷.

SERVQUAL

La satisfacción predomina sobre la calidad, ya que si bien es cierto es la calidad de servicio que se brinda, lo que da una percepción sobre el usuario, este valora la atención en función a lo recibido. A. Parasuraman et al, construyeron un modelo sobre calidad de servicio con la finalidad de evaluar la calidad del mismo, a fin de satisfacer las necesidades o expectativas de los usuarios.

Se difundió a nivel mundial el modelo y el instrumento el cual ha sido denominado Servqual (Quality Service) que se emplea para medir el nivel de satisfacción asociado a la calidad del servicio que se brinda al cliente. Se miden dimensiones como fiabilidad, seguridad, sensibilidad, elementos tangibles y empatía¹⁷.

III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo y diseño de estudio

La investigación es de tipo descriptiva, no experimental, correlacional, transversal, ya que se tuvo como propósito evaluar la relación que existe entre dos variables, en nuestro caso, se determinó la relación que existe entre la satisfacción de usuario y la atención brindada en las boticas y farmacias del Distrito de Huaycán.

El diseño es no experimental, cuya variable independiente no puede manipularse. Este diseño permite la descripción de las variables de estudio e identificar si existe alguna relación entre ambas variables de estudio que son satisfacción del usuario y la atención brindada.

3.2 Población, Muestra y muestreo

La población estuvo constituida por usuarios que acudieron a las diferentes Boticas y Farmacias del Distrito de Huaycán.

La muestra lo constituyeron 374 usuarios adultos mayores de 18 años y de ambos sexos, que asistan a adquirir un medicamento en las boticas y farmacias de la avenida 15 de julio del Distrito de Huaycán. El muestreo se hizo a personas que aceptaron voluntariamente responder a la encuesta y que acudan al establecimiento en el horario de 11:30 am a 7:00 pm, lo cual constituye la mayor afluencia de público. El tipo de muestreo utilizado fue el aleatorio simple para el tamaño de muestra se utilizó la fórmula para una proporción con población conocida.

3.2.1 Muestra de la población:

Para efectos de levantamiento de datos y que todas las unidades de análisis tengan las mismas posibilidades de ser estudiadas será una muestra probabilística al azar. El tamaño de la muestra se calculó con la siguiente formula:

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

n: es el tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población :160000

E: Error máximo aceptable: 0.05

Z: Nivel de confianza :95 %

$$n: \frac{(1,96^2) (0,5) (0,5)(160000)}{0,05^2(160000-1) + (1,96^2) (0,5) (0,5)}$$

n: 374 usuarios

3.3 Métodos, Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Encuesta

El presente estudio aplicará la técnica de la encuesta, lo cual permite desarrollar una variada cantidad de preguntas de tipo ordinal, de acuerdo a los objetivos de la investigación. Las preguntas estarán orientadas a conocer el tipo de atención, stock de medicamentos, confianza en el personal que atiende en las farmacias y boticas, la capacitación y experiencia del personal, que influyan en el grado de satisfacción que asistan a adquirir uno o más medicamentos en las boticas y farmacias de la avenida 15 de Julio del Distrito de Huaycán. Por lo cal el instrumento es una encuesta.

3.3.1 Técnicas de análisis de Datos

Una vez obtenidos los datos, eston serán procesados mediante el programa Excel y SPSS, la cual se presentará en tablas, cuadros, gráficos.

IV. RESULTADOS.

TABLA 1. NIVEL DE SATISFACCIÓN AL USUARIO SEGÚN ENCUESTA.

ENCUESTA	FRECUENCIA (%)
MUY INSATISFECHO (MUY MALO)	5,29%
INSATISFECHO (MALO)	6,97%
ACEPTABLE (REGULAR)	30,26%
SATISFECHO (BUENO)	37,19%
MUY SATISFECHO (EXCELENTE)	20,29%
	100,00%

**Tabla 1. Nivel de satisfacción al usuario según encuesta.
(fuente propia).**

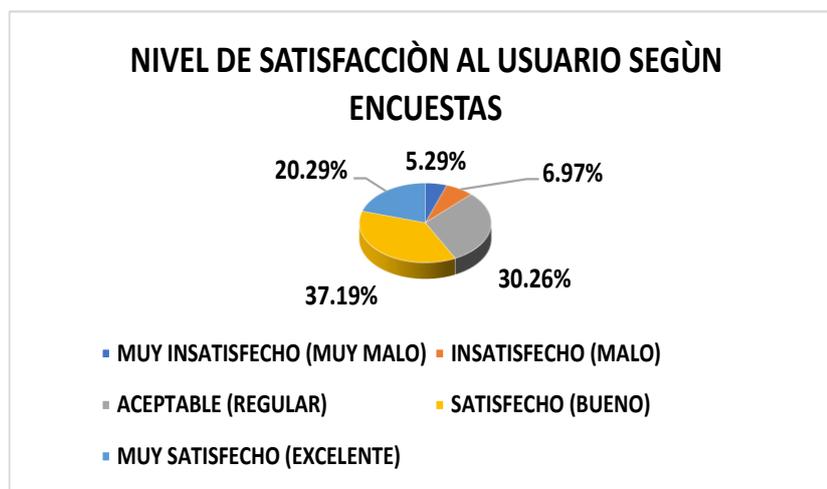


Figura 1. Nivel de satisfacción al usuario según encuesta (fuente propia).

El nivel de satisfacción al usuario con la atención brindada en las boticas y farmacias de la Av. 15 de Julio del Distrito de Huaycán es un total de 57,48%, con un 37,19% como SATISFECHO (bueno) y un 20,29% como MUY SATISFECHO. Como aceptable (regular) alcanzó un 30,36%, mientras que el 12,26% calificó como INSATISFECHO (5,29%) y MUY INSATISFECHO (6,97%). Los establecimiento farmacéuticos tienen que tener mejorar sus dimensiones fiabilidad, elementos tangibles, sensibilidad, seguridad y empatía para mejorar la satisfacción al usuario.

TABLA 2. CALIDAD DE ATENCIÓN EN ESTABLECIMIENTOS FARMACÉUTICOS: DIMENSIÓN FIABILIDAD

DIMENSIÓN FIABILIDAD	FRECUENCIA (%)	MEDIA DE LA POBLACIÓN
MUY INSATISFECHO (MUY MALO)	3,69%	16,3
INSATISFECHO (MALO)	6,90%	31,3
ACEPTABLE (REGULAR)	31,47%	115,7
SATISFECHO (BUENO)	36,36%	134,4
MUY SATISFECHO (EXCELENTE)	21,58%	76,3
	100,00%	374,0

Tabla 2 :Calidad de atención en establecimientos farmacéuticos, según dimensión fiabilidad (fuente propia).

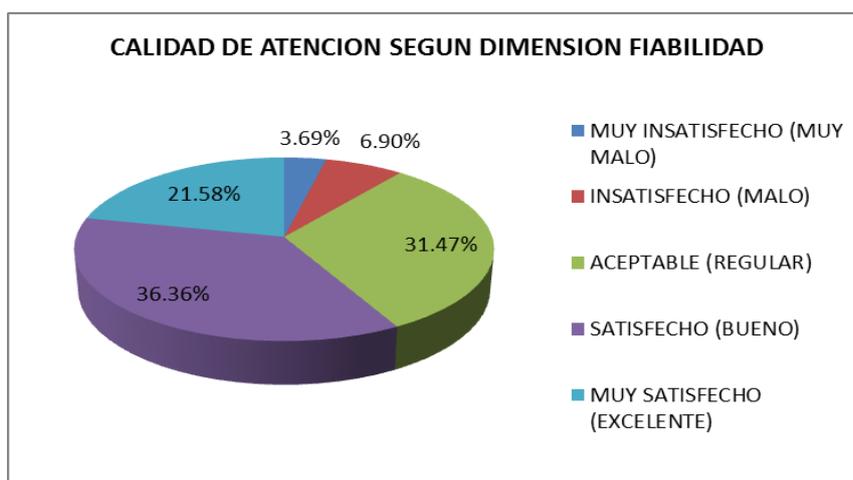


Figura 2. Calidad de atención en establecimientos farmacéuticos, según dimensión fiabilidad (fuente propia).

El total de encuestados en los 03 ítems respecto a calidad de atención y la dimensión fiabilidad, calificó con un 36,36% como SATISFECHO y el 21,58% como EXCELENTE respecto a la calidad de atención de las boticas y farmacias de la Av. 15 de Julio del Distrito de Huaycán, mientras que el 31,47% calificó como ACEPTABLE. Sin embargo el público usuario calificó con el 3,69% como MUY INSATISFECHO y el 6,90% como INSATISFECHO sobre la calidad de atención de las boticas y farmacias de la Av. 15 de Julio del Distrito de Huaycán, lo cual significa que se deben mejorar los instrumentos referidos a la eficacia del medicamento recomendado, confidencialidad y mayor conocimiento de parte del personal para resolver las dudas del paciente-usuario, lo cual mejorará la percepción del cliente.

TABLA3. CALIDAD DE ATENCIÓN EN ESTABLECIMIENTOS FARMACÈUTICOS: DIMENSIÒN SENSIBILIDAD.

DIMENSIÒN SENSIBILIDAD	FRECUENCIA (%)	MEDIA DE LA POBLACIÒN
MUY INSATISFECHO (MUY MALO)	9,76%	36,5
INSATISFECHO (MALO)	5,48%	20,5
ACEPTABLE (REGULAR)	28,34%	106
SATISFECHO (BUENO)	38,37%	143,5
MUY SATISFECHO (EXCELENTE)	18,05%	67,5
	100,00%	374,0

Tabla 3 . Calidad de atención en establecimientos farmacéuticos, según dimensión sensibilidad. (Fuente propia).

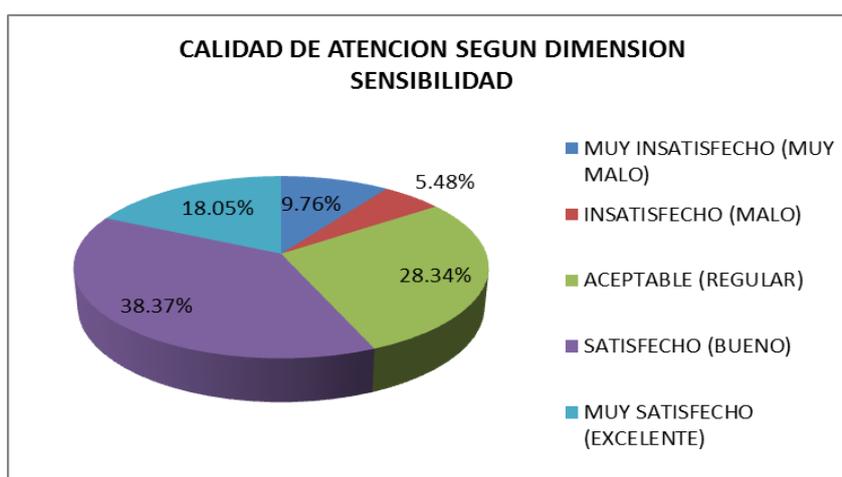


Figura 3. Calidad de atención en establecimiento farmacéuticos , según dimensión sensibilidad. (Fuente propia).

El total de encuestados en los 04 ítems respecto a calidad de atención y la dimensión SENSIBILIDAD, calificó con un 3,37% como SATISFECHO y el 18,05% como EXCELENTE respecto a la calidad de atención de las boticas y farmacias de la Av. 15 de Julio del Distrito de Huaycán, mientras que el 28,34% calificó como ACEPTABLE. Sin embargo el público usuario calificó con el 9,76% como MUY INSATISFECHO y el 5,48% como INSATISFECHO sobre la calidad de atención de las boticas y farmacias de la Av. 15 de Julio del Distrito de Huaycán, lo cual significa que se deben mejorar los instrumentos referidos al tiempo de atención, mejorar la atención, repetir orden de atención según ingreso y tener mejores precios de los productos, lo cual mejorará la percepción del cliente.

Tabla 4. CALIDAD DE ATENCIÓN EN ESTABLECIMIENTOS FARMACÈUTICOS: DIMENSIÒN ELEMENTOS TANGIBLES.

DIMENSIÒN TANGIBLE	FRECUENCIA (%)	MEDIA DE LA POBLACIÒN
MUY INSATISFECHO (MUY MALO)	3,13%	11,7
INSATISFECHO (MALO)	6,15%	23
ACEPTABLE (REGULAR)	38,58%	144,3
SATISFECHO (BUENO)	33,77%	126,3
MUY SATISFECHO (EXCELENTE)	18,37%	68,7
	100,00%	374,0

Tabla 4. Calidad de atención en establecimientos farmacéuticos, según dimensión elemento tangible. (Fuente propia).

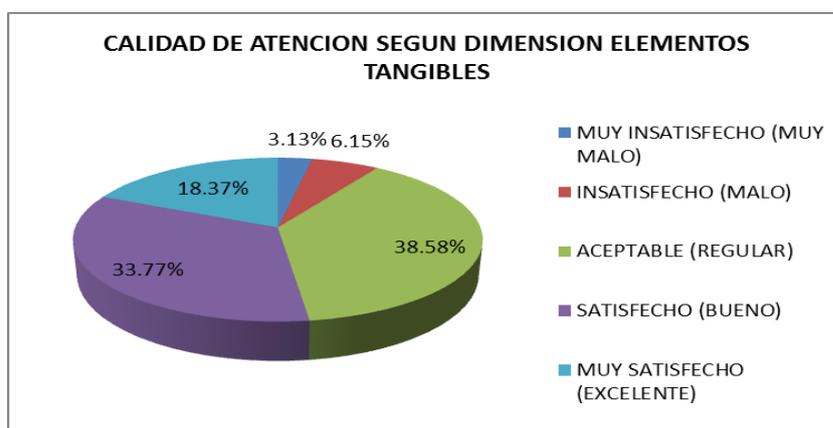


Figura 4. Calidad de atención en establecimientos farmacéuticos, según dimensión elemento tangible. (Fuente propia).

El total de encuestados en los 04 ítems respecto a calidad de atención y la dimensión ELEMENTOS TANGIBLES, calificó con un 33,77% como SATISFECHO y el 18,37% como EXCELENTE respecto a la calidad de atención de las boticas y farmacias de la Av. 15 de Julio del Distrito de Huaycán, mientras que el 38,58% calificó como ACEPTABLE. Sin embargo el público usuario calificó con el 3,13% como MUY INSATISFECHO y el 6,15% como INSATISFECHO sobre la calidad de atención de las boticas y farmacias de la Av. 15 de Julio del Distrito de Huaycán, lo cual significa que se deben mejorar los instrumentos referidos al equipo de computo, personal mejor identificado y mejorar los ambientes de atención, lo cual mejorará la percepción del cliente.

Tabla 5. CALIDAD DE ATENCIÓN EN ESTABLECIMIENTOS FARMACÉUTICOS: DIMENSIÓN SEGURIDAD

DIMENSIÓN SEGURIDAD	FRECUENCIA (%)	MEDIA DE LA POBLACIÓN
MUY INSATISFECHO (MUY MALO)	5,00%	18,7
INSATISFECHO (MALO)	8,37%	31,3
ACEPTABLE (REGULAR)	28,69%	107,3
SATISFECHO (BUENO)	37,43%	140
MUY SATISFECHO (EXCELENTE)	20,51%	76,7
	100,00%	374

Fuente propia. Calidad de atención en establecimientos farmacéuticos, según dimensión seguridad.

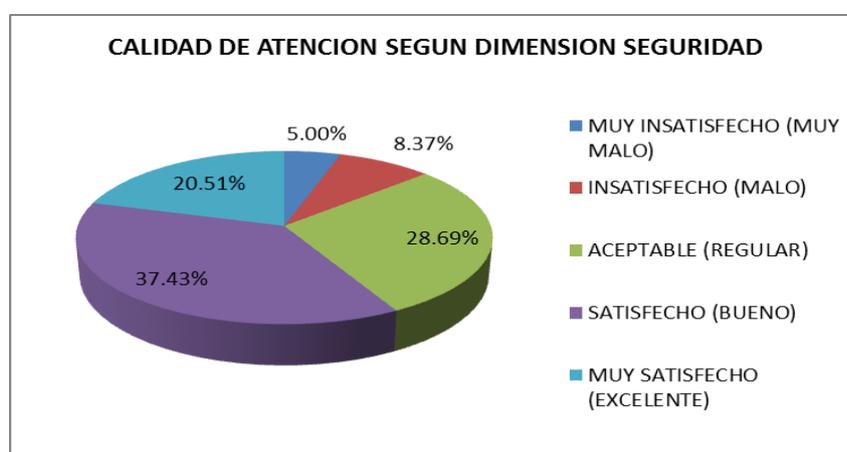


Figura 5. Calidad de atención en establecimientos farmacéuticos, según dimensión seguridad. (Fuente propia).

El total de encuestados en los 03 ítems respecto a calidad de atención y la dimensión SEGURIDAD, calificó con un 37,43% como SATISFECHO y el 20,51% como EXCELENTE respecto a la calidad de atención de las boticas y farmacias de la Av. 15 de Julio del Distrito de Huaycán, mientras que el 28,69% calificó como ACEPTABLE. Sin embargo el público usuario calificó con el 5% como MUY INSATISFECHO y el 8,37% como INSATISFECHO sobre la calidad de atención de las boticas y farmacias de la Av. 15 de Julio del Distrito de Huaycán, lo cual significa que se deben mejorar los instrumentos referidos al equipo de cómputo, personal mejor identificado y mejorar los ambientes de atención, lo cual mejorará la percepción del cliente.

Tabla 6. CALIDAD DE ATENCIÓN EN ESTABLECIMIENTOS FARMACÉUTICOS: DIMENSIÓN EMPATÍA

DIMENSIÓN EMPATIA	FRECUENCIA (%)	MEDIA DE LA POBLACIÓN
MUY INSATISFECHO (MUY MALO)	4,89%	18,3
INSATISFECHO (MALO)	7,94%	29,7
ACEPTABLE (REGULAR)	24,25%	90,7
SATISFECHO (BUENO)	40,00%	149,6
MUY SATISFECHO (EXCELENTE)	22,92%	85,7
	100,00%	374

Tabla 6. Calidad de atención en establecimientos farmacéuticos, según dimensión empatía. (Fuente propia).

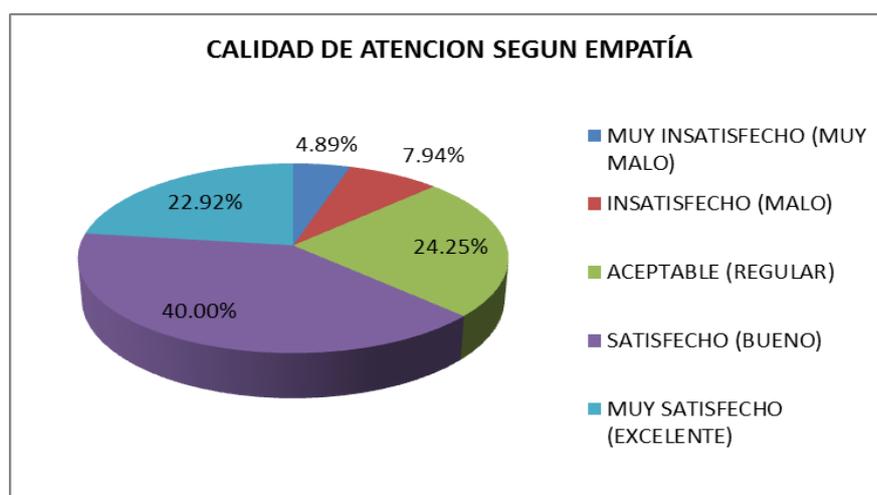


Figura 6. Calidad de atención en establecimientos farmacéuticos, según dimensión empatía. (Fuente propia).

El total de encuestados en los 03 ítems respecto a calidad de atención y la dimensión EMPATÍA, calificó con un 40% como SATISFECHO y el 22,92% como EXCELENTE respecto a la calidad de atención de las boticas y farmacias de la Av. 15 de Julio del Distrito de Huaycán, mientras que el 24,25% calificó como ACEPTABLE. Sin embargo el público usuario calificó con el 4,89 % como MUY INSATISFECHO y el 7,94% como INSATISFECHO sobre la calidad de atención de las boticas y farmacias de la Av. 15 de Julio del Distrito de Huaycán, lo cual significa que se deben mejorar el horario de atención, mayor interés en los problemas de la población, además de respeto y amabilidad, lo cual mejorará la percepción del cliente.

V. ANALISIS Y DISCUSIÓN

La presente investigación se trazó como objetivo general conocer el nivel de satisfacción que tienen los usuarios con la atención brindada en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán de la Av. 15 de Julio, en los meses de Febrero -Abril 2018, a base de 20 preguntas adaptadas según los objetivos al modelo Servqual, que pueda mostrar confiabilidad en el desarrollo del mismo, que se realizó mediante 374 encuestas.

Se encontró que la satisfacción del usuario externo que acude a las boticas y farmacias del Distrito de Huaycán de la Av. 15 de Julio, calificó como bueno y excelente en un 57.48%, el cual es equiparable con el trabajo por Huaman J, Lima (2017), en “Satisfacción de los usuarios atendidos en la cadena de boticas MIFARMA de la zona 15 de Huaycán, Ate – Lima, 2016”, quienes obtuvieron un alto nivel de satisfacción de la atención recibida con un 68,1 %, lo cual indica que las estadísticas se mantienen, y deben mejorarse algunos aspectos, el cual sugiere que deben mejorarse procesos, elementos tangibles, fiabilidad, empatía, sensibilidad y seguridad. A fin de mejorar la calidad de atención brindada a los usuarios para un proceso de optimización.

Con los resultados expuestos y evaluando las dimensiones respecto a la atención brindada, se tiene que la fiabilidad representa una calificación de buena y excelente con 57.94%; sensibilidad con 56.42% calificado como bueno y excelente; los elementos tangibles alcanzaron un 52.14% entre bueno y excelente. Comparado a Castro S, Trujillo (2012), en “Grado de satisfacción de los usuarios del establecimiento farmacéutico Privado Boticas Arcángel, el porcentaje de usuarios totalmente satisfechos fue de 97.9%, lo cual supera largamente a nuestros datos de satisfacción como nivel bueno o excelente.

Los parámetros de sensibilidad presenta un 56.42% con calificación de bueno y excelente; la seguridad presenta 57.94% de calificación como aceptación de los usuarios y la empatía con un 62.92% de aceptación por los usuarios.

Los factores que se asocian a una insatisfacción son referidos principalmente a la recomendación de un medicamento sobre su eficacia; sobre la confianza al Químico Farmacéutico y al Técnico de Farmacia. La importancia de saber orientar sobre el uso de

medicamentos en relación a la dosis, frecuencia horaria y tiempo de tratamiento, que al satisfacer al usuario este responde con buena puntuación. Sobre las instalaciones (limpieza y comodidad) de los establecimientos farmacéuticos; sobre los precios de los medicamentos, el stock de medicamentos y horarios de atención, lo cual debe ser tomado en cuenta por las boticas y farmacias a fin de tomar medidas correctivas.

Evaluando las respuestas de manera específica, el bajo porcentaje de aprobación o satisfacción al usuario, empieza por el horario de atención, importante en la disponibilidad de los establecimientos farmacéuticos hacia la población para adquirir un medicamento en cualquier momento, con un 48.41% como muy malo, malo y regular. Las boticas y farmacias no atienden por las madrugadas, por lo que en caso de emergencias los usuarios tienen ese inconveniente de acceder a los medicamentos. Los precios de los medicamentos, constituyen un factor importante en la decisión de satisfacción al usuario, ya que sólo el 70.59% lo califica como muy malo, malo y regular. Los medicamentos deben tener un costo accesible a la población para garantizar la adquisición de la receta completa y tener un adecuado tratamiento. Existen fármacos de marca comercial que tienen un costo muy elevado y muchas veces la población debe acceder a medicamentos genéricos que no cuentan con una calidad total comparado a los de marca comercial.

Respecto al stock de medicamentos el usuario desea adquirir toda la receta en un solo lugar. Sin embargo el 62.88% de usuarios encuestados calificó como muy malo, malo y regular la disponibilidad de los medicamentos en las farmacias y boticas, lo que indica un déficit de stock sobre los medicamentos prescritos por los médicos, o lo que el usuario solicita. Las personas ingresan a un establecimiento y desean encontrar su receta completa, lo que permite obtener un mejor descuento y ahorrar tiempo.

La aplicación del sistema SERVQUAL favoreció la encuesta y el mejor entendimiento del usuario, pero principalmente al cumplimiento de los objetivos planteados, donde se estudiarán diversos factores que influyen de manera significativamente en la decisión del usuario a responder sobre el nivel de aceptación. La importancia de capacitaciones al personal para mejorar su nivel de atención y que entiendan el papel fundamental que tienen en la recuperación del paciente y mejorar los puntos críticos que pudieran presentarse.

VI. CONCLUSIONES

El nivel de satisfacción al usuario con la atención brindada en las boticas y farmacias de la Av. 15 de Julio del Distrito de Huaycán alcanza un 57.48%, dividido en un 37.19% calificado por los usuarios como SATISFECHO (bueno) y un 20.29% como MUY SATISFECHO (excelente).

Los factores que influyeron de manera significativa a alcanzar una total satisfacción de parte del usuario con la atención brindada está relacionada con la atención profesional y el tiempo otorgado para resolver sus dudas y que este le explica sobre administración de medicamentos respecto a la hora de ingesta, el tiempo y las reacciones adversas medicamentosas, además de la atención rápida y oportuna.

Con los resultados obtenidos se puede concluir que existe correlación entre el grado de satisfacción y la atención brindada en los usuarios atendidos en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán. Febrero -Abril 2018, donde se encontraron que las dimensiones empatía, sensibilidad y seguridad demostraron altos porcentajes de aceptación. Con ello se logró identificar los aspectos positivos a rescatar y los puntos álgidos que deben mejorarse para encontrar una total satisfacción al usuario.

VII. RECOMENDACIONES

Realizar estudios en diferentes zonas tanto urbanas como rurales en las boticas y farmacias para conocer el nivel de satisfacción o insatisfacción del usuario e identificar las debilidades a fin de mejorar el servicio y calidad de atención.

Realizar futuras investigaciones que incluyan la satisfacción del personal que trabaja en el área de farmacia, para hallar los puntos críticos y mejorar el servicio de calidad de los usuarios externos.

Mejorar en lo posible o adecuar las encuestas ya sea modificándola o validándola por juicio de expertos a fin de que se adapte de la mejor manera posible a los objetivos que se persiguen y facilitar el entendimiento de las preguntas incluidas en el cuestionario de parte de la población a fin de mejorar la calidad de atención y el servicio al usuario de las farmacias y boticas.

Capacitar al personal en calidad de atención en boticas y farmacias con el fin de llegar a una buena optimización sobre calidad de atención mejorando así la satisfacción al usuario y pueda ello contribuir en la recuperación del paciente.

VIII FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

1. Organización Mundial de la Salud. Constitución de la Organización Mundial de la Salud. Nueva York: OMS; 1996
2. Organización Mundial de la Salud. Función de los hospitales en los programas de protección de la salud. Serie de Informes Técnicos, 122. Ginebra - Suiza. 1957.
3. Bofill Arturo, López Raúl, Murguido Yadira. Calidad del servicio en la farmacia Reparto Iglesias de Matanzas según percepción de los usuarios. Medisur [Internet]. 2016 Jun [citado 2018 Sep 07] ; 14(3): 280-288.
Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2016000300010&lng=es.
4. Sánchez J, Martí C, Recuero L, Mejía M, Gómez M, Barreda D. España. Satisfacción percibida del Servicio de Farmacia: medición, análisis y mejora. Rev. O.F.I.L. 2015, 25;3:137-144
5. Aguilera N, Saavedra C, Chile (2013), “Expectativas y satisfacción de los usuarios en las farmacias de Chillán. Chile”. Disponible en:
<http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/249/1/Aguielera%20Ortega%2C%20Natalie.pdf>
6. Huaman J, Lima (2017). El presente trabajo de investigación titulado “Satisfacción de los usuarios atendidos en la cadena de boticas MIFARMA de la zona 15 de Huaycán, Ate – Lima, 2016”. Disponible en:
<http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/569/TITULO%20-HUAMAN%20AQUINO%20JESSICA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
7. Sanchez D, Lima (2016), Nivel de satisfacción global de los usuarios atendidos en la Botica Punto Farma de Chorrillos. 2015. Disponible en:
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/8764?show=full>
8. Castro S, Trujillo (2012), realizó el trabajo de investigación “Grado de satisfacción de los usuarios del establecimiento farmacéutico Privado Boticas Arcángel, ubicado en el Distrito del Porvenir – Trujillo. Febrero 2012.
9. Duque E. Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición, INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia. Enero a junio de 2005
<http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v15n25/v15n25a04.pdf>
10. Colunga, C. (1995). La calidad en el servicio. México: Panorama Editorial.

11. Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia*. México: Prentice-Hall.
12. Horovitz, J. (1990). *La calidad del servicio*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana.
13. Peel, M. (1991). *El servicio al cliente: guía para mejorar la atención y la asistencia*. España: Ediciones Deusto
14. Villalba C. La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades. *Punto de vista*. Nro. 7. Julio - diciembre 2013. pp. 51-72
15. Grönroos, C. (1978). A Service Oriented Approach to Marketing of Services. *European Journal of Marketing*, 12(8), 588- 601.
16. Zeithaml, V. Parasuraman, A. (2004). *Relevant knowledge series: Service Quality*. Cambridge, Mass.: Marketing Science Institute.
17. Cabello E, Chirinos J. Validación y aplicabilidad de encuestas SERVQUAL modificadas para medir la satisfacción de usuarios externos en servicios de salud. *Rev Med Hered*. 2012; 23(2):88-95
18. “Guía Técnica para la Evaluación de la Satisfacción del Usuario Externo en los Establecimientos y Servicios Médicos de Apoyo” RM N° 527-2011/MINSA
19. Magallanes S, Quevedo C. *Calidad de la atención y el grado de satisfacción del usuario del servicio de Farmacia del Hospital Regional de Loreto - Punchana – 2015*. Universidad Nacional de la Amazonia Peruana. 2015
20. OMS. (2002). *Calidad de la Atención: Seguridad del Paciente*. Organización Mundial de la Salud.
21. Torrecilla JM. Identificar la necesidad del cliente Su satisfacción como centro de los objetivos de la empresa. *Economía Industrial* N° 330.199/VI. España
22. Vacca C., Fitzgerald J., Bermúdez J. Definición de medicamento genérico ¿un fin o un medio? Análisis de la regulación en 14 países de la Región de las Américas. *Rev Panam Salud Pública*. 2006; 20(5): p. 314-323. <http://www.scielosp.org/pdf/rpsp/v20n5/04.pdf>
23. Gómez de Agüero y Aguilera P: *Dispensación y receta médica*. *Informativo Farmacéutico*. 1993; (146): 22-29.
24. Norma Oficial Mexicana NOM-001-SSA1-2010. *Farmacopea de Estados Unidos Mexicano*.2010
<http://www.farmacopea.org.mx/Repositorio/Documentos/424.pdf>

IX ANEXO

9.1.- Modelo de encuesta. Encuesta empleada en usuarios que adquieren medicamentos en boticas y farmacias de la av. 15 de Julio – Distrito de Huaycán.

BOTICA () FARMACIA () EDAD..... SEXO: Masculino () Femenino () G. INSTRUCCIÓN: PRIMARIA () SECUNDARIA () SUPERIOR () OTROS ()						
ESCRIBIR DEL 1 AL 5 SEGÚN LA ATENCIÓN QUE RECIBE EN LA BOTICA O FARMACIA. (1) MUY MALO (2) MALO (3) REGULAR (4) BUENO (5) EXCELENTE. MARCAR CON UNA "X"						
Item	CONCEPTOS	1	2	3	4	5
1 EMPATÍA	Los horarios de atención de la farmacia o botica son adecuados y facilitan la atención					
2 TANGIBLE	La farmacia o botica se encontró limpia, cómoda y acogedora					
3 TANGIBLE	El equipamiento (computadoras, vidriería/góndolas) de la farmacia es moderna					
4 TANGIBLE	Los afiches, propagandas u ofertas sobre productos farmacéuticos influyeron en su compra.					
5 SENSIBILIDAD	Los medicamentos tienen un menor precio que la competencia.					
6 SENSIBILIDAD	La atención que recibió se realizó en orden y respetando el orden de llegada.					
7 R.HUMANOS	El Químico Farmacéutico y los técnicos le inspiran confianza					
8 FIABILIDAD	Cuando recibe la recomendación de un medicamento este es efectivo en su enfermedad.					
9 R.HUMANOS	El personal le explica a Ud con palabras fáciles de entender la forma de tomar sus medicamentos, horarios, tiempo, reacciones adversas.					
10 SEGURIDAD	Usted comprendió la explicación que el personal de farmacia le brindó sobre el tratamiento que recibirá y los cuidados para su salud.					
11 FIABILIDAD	El personal de la Farmacia o Botica cuenta con el conocimiento para responder las consultas de los usuarios..					
12 R.HUMANOS	El Químico Farmacéutico o Técnico que lo atendió le brindó el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre su problema de salud.					
13 EMPATÍA	El personal que lo atendió lo escuchó atentamente y trató con amabilidad, respeto y paciencia.					
14 FIABILIDAD	Durante su atención en la Farmacia o Botica el personal respetó su privacidad o confidencialidad.					
15 SEGURIDAD	Cuando usted presentó algún problema o dificultad, esta se resolvió inmediatamente.					
16 EMPATÍA	El personal de Farmacia que lo atiende muestra interés en solucionar sus problemas de salud.					
17 SEGURIDAD	Los medicamentos que buscaba o el médico recetó se encontraron disponibles y se obtuvieron con facilidad					
18 SENSIBILIDAD	La atención en la farmacia es rápida					
19 TANGIBLE	El personal de la Botica o Farmacia está adecuadamente uniformado e identificado.					
20 SENSIBILIDAD	De forma general, la atención en Botica o Farmacia es buena					

9.2.- Conceptualización operacional.

Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<p>Calidad de servicio (atención brindada)</p> <p>Conjunto de actividades que realizan los establecimientos de salud y los servicios médicos de apoyo en el proceso de atención, desde el punto de vista técnico y humano, para alcanzar los efectos deseados tanto por los proveedores como por los usuarios, en términos de seguridad, eficacia, eficiencia y satisfacción del usuario (18.)</p>	<p>Referida a los parámetros de medición respecto al grado de satisfacción del usuario con la atención brindada definida por los recursos humanos, fiabilidad, empatía, seguridad, elementos tangibles.</p>	<p>Fiabilidad</p>	<p>Cuando recibe la recomendación de un medicamento este es efectivo. El personal cuenta con conocimientos para absolver las consultas. El personal que lo atendió respetó su privacidad y confidencialidad.</p>	<p>Ordinal</p> <p>Muy malo</p> <p>Malo</p> <p>Regular</p> <p>Bueno</p> <p>Excelente</p>
		<p>Recursos humanos</p>	<p>El Químico Farmacéutico y técnico de farmacia le inspiran confianza El QF y TF le brindó el tiempo necesario para contestar sus dudas. El personal explica sobre hora de toma, tiempo, Rams, etc.</p>	
		<p>Elementos tangibles</p>	<p>La farmacia o botica se encontró limpia, cómoda y acogedora El equipamiento (computadoras, góndolas) son modernas Los afiches y propagandas influyeron en su compra El personal está adecuadamente uniformado e identificado.</p>	
<p>Grado de satisfacción Usuario</p> <p>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 (17, Cabello E.)</p>	<p>Es la subjetividad del usuario frente al tipo o calidad de atención del personal referida a la percepción.</p>	<p>Sensibilidad</p>	<p>La atención en el establecimiento es rápida. De forma general, la botica o farmacia lo atendió bien La atención que recibió se realizó respetando el orden de llegada Los medicamentos tienen un menor precio que la competencia.</p>	<p>Dicotómico</p> <p>Satisfecho</p> <p>Insatisfecho</p>
		<p>Seguridad</p>	<p>Los medicamentos se encontraron disponibles y con facilidad. Cuando usted presentó algún problema, se resolvió inmediatamente. Ud entendió la explicación del personal de farmacia.</p>	
		<p>Empatía</p>	<p>Horarios de atención son adecuados y facilitan la atención. El personal muestra interés en solucionar su problema de salud. El personal que lo atendió lo hizo con amabilidad, respeto y paciencia.</p>	

9.3-. Encuesta sobre satisfacción al usuario con la atención brindada

CONCEPTO	INSTRUMENTO	1	2	3	4	5	TOTAL
FIABILIDAD	Cuando recibe la recomendación de un medicamento este es efectivo	19	38	98	111	108	374
FIABILIDAD	El personal cuenta con conocimientos para absolver las consultas	22	44	154	110	44	374
FIABILIDAD	El personal que lo atendió respetó su privacidad y confidencialidad	8	12	95	182	77	374
TOTAL RESPUESTAS		49	94	347	403	229	
MEDIA POBLACIONAL		16.3	31.3	115.7	134.4	76.3	374
ELEMENTO TANGIBLE	La farmacia o botica se encontró limpia, cómoda y acogedora	28	45	110	128	63	374
ELEMENTO TANGIBLE	El equipamiento (computadoras, góndolas) son modernas	3	15	145	154	57	374
ELEMENTO TANGIBLE	Los afiches y propagandas influyeron en su compra	2	12	176	108	76	374
ELEMENTO TANGIBLE	El personal está adecuadamente uniformado e identificado.	14	20	146	115	79	374
TOTAL RESPUESTAS		47	92	577	505	275	
MEDIA POBLACIONAL		11.7	23	144.3	126.3	68.7	374
SENSIBILIDAD	La atención en el establecimiento es rápida.	5	19	104	159	87	374
SENSIBILIDAD	De forma general, la botica o farmacia lo atendió bien	0	22	132	154	66	374
SENSIBILIDAD	La atención que recibió se realizó respetando el orden de llegada	9	19	78	195	73	374
SENSIBILIDAD	Los medicamentos tienen un menor precio que la competencia.	132	22	110	66	44	374
TOTAL RESPUESTAS		146	82	424	574	270	
MEDIA POBLACIONAL		36.5	20.5	106	143.5	67.5	374
SEGURIDAD	los medicamentos se encontraron disponibles y con facilidad - stock -	28	61	146	98	41	374
SEGURIDAD	Cuando usted presentó algún problema, se resolvió inmediatamente.	6	11	88	168	101	374
SEGURIDAD	Ud entendió la explicación del personal de farmacia	22	22	88	154	88	374
TOTAL RESPUESTAS		56	94	322	420	230	
MEDIA POBLACIONAL		18.7	31.3	107.3	140	76.7	374
EMPATÍA	Horarios de atención son adecuados y facilitan la atención	28	48	105	128	65	374
EMPATÍA	El personal muestra interés en solucionar su problema de salud	5	19	79	167	104	374
EMPATÍA	El personal que lo atendió lo hizo con amabilidad, respeto y paciencia	22	22	88	154	88	374
TOTAL RESPUESTAS		55	89	272	449	257	
MEDIA POBLACIONAL		18.3	29.7	90.7	149.6	85.7	374
RECURSOS HUMANOS	El Químico Farmacéutico y técnico de farmacia le inspiran confianza.	29	31	112	61	141	374
RECURSOS HUMANOS	El QF y TF le brindó el tiempo necesario para contestar sus dudas	0	22	66	176	110	374
RECURSOS HUMANOS	El personal explica sobre hora de toma, tiempo, Rams, etc.	13	19	75	215	52	374
TOTAL RESPUESTAS		42	72	253	452	303	
MEDIA POBLACIONAL		14	24	84.3	150.7	101	374
(1) MUY INSATISFECHO (2) INSATISFECHO (3) ACEPTABLE (4) SATISFECHO (5) MUY SATISFECHO. CADA ITEMS CUENTA CON 374 RESPUESTAS							

9.4.- Matriz de consistencia.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
¿Cuál es el grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán? Febrero -abril 2018.	Determinar el grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán Febrero -abril 2018	Existe un bajo grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en Boticas y Farmacias del Distrito de Huaycán. Febrero -abril 2018.	V. independiente Atención brindada a los usuarios atendidos en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán.	Atención brindada (calidad de atención)	Fiabilidad Recursos Humanos Elementos tangibles
P. Específicos ¿Cuáles son los factores que determinan el grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán? Febrero - Abril 2018 ¿Cuál es la relación que existe entre el Grado de satisfacción de los usuarios y la atención brindada en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán? Febrero -abril 2018	Objetivos Específicos Identificar los factores que determinen el grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán. Febrero -Abril 2018. Conocer la relación que existe entre grado de satisfacción y la atención brindada en los usuarios atendidos en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán. Febrero -Abril 2018.	Hipótesis Específica Existen diversos factores que determinan el grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en Boticas y Farmacias del Distrito de Huaycán. Febrero -Abril 2018. Existe correlación entre el grado de satisfacción de los usuarios y la atención brindada en Boticas y Farmacias del Distrito de Huaycán. Febrero - Abril 2018.	V. dependiente Grado de satisfacción de los usuarios atendidos en boticas y farmacias del Distrito de Huaycán Febrero -Abril 2018. V. interviniente Percepción y subjetividad del usuario	Satisfacción al usuario.	Sensibilidad Seguridad Empatía

9.5-. Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéuticos.



Fuente propia. Av.15 de julio con Jose Carlos Mariategui
LT.1 Zona B Huaycan I etapa. Distrito de Huaycan. Botica Mifarma.

9.6-. Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéuticos.



Fuente propia. Av.15 de Julio, Jose Carlos Mariategui LT. 1 Zona B
Huaycan I ETAPA. Distrito de Huaycán.

9.7.- Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéuticos.



Fuente propia. Av.15 de julio con Jose Carlos Mariategui Lt. 41 zona B Huaycan I etapa. Distrito de Huaycan. Botica Farmavida.

9.8.- Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéuticos.



Fuente propia. AV.15 de Julio con Jose Carlos Mariategui LT18 Zona B Huaycan I ETAPA . Distrito de Huaycan. Botica MIFARMA.

9.9.- Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéuticos.



Fuente propia. Av.15 de Julio con Jose Carlos Mariategui
LT 20 Zona B Huaycan I etapa . Distrito de Huaycan. Botica
Inkafarma.

9.10.- Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéuticos.



Fuente propia. Av..15 de Julio con Jose Carlos Mariategui
LT 36 Zona C Huaycan 2 etapa. Distrito de Huaycan. Botica
Mifarma.

9.11.- Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéuticos.



Fuente propia. Av.15 de Julio con Jose Carlos Mariategui, Distrito de Huaycán.

9.12. Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéuticos.



Fuente propia. Av.15 de Julio con Jose Carlos Mariategui
LT1 Zona C I Huaycan etapa. Distrito de Huaycan.
Botica Mifarma y Farmacia Ercara.

9.13. Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéuticos.



Fuente propia. Av.15 de julio, Jose Carlos Mariategui Lt. 20
Zona b Huaycan I Etapa. Distrito de Huaycan. Botica Inkafarm.

9.14. Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéuticos.



Fuente propia. Av.15 de julio con Jose Carlos Mariategui Lt. 50 Zona B
Huaycan I etapa. Distrito de Huaycan. Farmacia Farmaespinoza.

9.15. Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéuticos.



Fuente propia. Av.15 de julio, Jose Carlos Mariategui lt 38 Zona C Huaycan 2 etapa. Distrito de Huaycan. Farmaercara.

9.16.- Encuesta sobre nivel de satisfacción en establecimientos farmacéuticos.



Fuente propia. Av.15 de julio, Jose Carlos Mariategui Lt. 1 zona B Huaycán I etapa. Distrito de Huaycán.

9.17.- Plano de ubicación de establecimientos farmacéuticos , en la Av 15 de Julio del Distrito de Huaycàn .

