



**Universidad
Norbert Wiener**

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

**“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**

Presentado por:

Br.: Huaman Aquino, Jessica

Asesor:

Dra. Caldas Herrera, Emma

Lima – Perú

2017

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi guía en cada momento y darme sabiduría para alcanzar este gran logro.

A mis padres, por el apoyo incondicional y por confiar en mí.

Br. JESSICA HUAMAN AQUINO

AGRADECIMIENTO

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial y por bendecirme día a día.

A mis hermanos y sobrinos, que son la principal fuente de motivación y por haber confiado en mí.

A mi futuro esposo, por ayudarme en este camino y darme ánimo para continuar con esta lucha día a día.

A mi Alma Mater, docentes quienes lo conforman por haber impartido sus conocimientos y ser un ejemplo a seguir.

Br. JESSICA HUAMAN AQUINO

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Nivel de satisfacción percibido por los usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.	27
Tabla 2. Nivel de satisfacción según género.	29
Tabla 3. Nivel de satisfacción según nivel de instrucción.	31
Tabla 4. Nivel de satisfacción según tipo de usuario.	33
Tabla 5. Nivel de satisfacción en la dimensión de fiabilidad.	35
Tabla 6. Nivel de satisfacción según indicadores de la dimensión de fiabilidad.	37
Tabla 7. Nivel de satisfacción en la dimensión de capacidad de respuesta.	39
Tabla 8. Nivel de satisfacción según indicadores de la dimensión de capacidad de respuesta.	41
Tabla 9. Nivel de satisfacción en la dimensión de seguridad.	43
Tabla 10. Nivel de satisfacción según indicadores de la dimensión de seguridad.	45
Tabla 11. Nivel de satisfacción en la dimensión de empatía.	47
Tabla 12. Nivel de satisfacción según indicadores de la dimensión de empatía.	49
Tabla 13. Nivel de satisfacción en la dimensión de tangibilidad.	51
Tabla 14. Nivel de satisfacción según indicadores de la dimensión de tangibilidad.	53

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Nivel de satisfacción percibido por los usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.	27
Gráfico 2. Nivel de satisfacción según género.	29
Gráfico 3. Nivel de satisfacción según nivel de instrucción.	31
Gráfico 4. Nivel de satisfacción según tipo de usuario.	33
Gráfico 5. Nivel de satisfacción en la dimensión de fiabilidad.	35
Gráfico 6. Nivel de satisfacción según indicadores de la dimensión de fiabilidad.	37
Gráfico 7. Nivel de satisfacción en la dimensión de capacidad de respuesta.	39
Gráfico 8. Nivel de satisfacción según indicadores de la dimensión de capacidad de respuesta.	41
Gráfico 9. Nivel de satisfacción en la dimensión de seguridad.	43
Gráfico 10. Nivel de satisfacción según indicadores de la dimensión de seguridad.	45
Gráfico 11. Nivel de satisfacción en la dimensión de empatía.	47
Gráfico 12. Nivel de satisfacción según indicadores de la dimensión de empatía.	49
Gráfico 13. Nivel de satisfacción en la dimensión de tangibilidad.	51
Gráfico 14. Nivel de satisfacción según indicadores de la dimensión de tangibilidad.	53

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Situación del problema	1
1.2. Planteamiento del Problema	3
1.3. Justificación	4
1.4. Objetivos	4
1.4.1. Objetivo General	4
1.4.2. Objetivos Específicos	5
1.5. Hipótesis	5
1.6. Variable	6
II. MARCO TEÓRICO	10
2.1. Antecedentes	10
2.2. Satisfacción de los usuarios	19
2.2.1. Conceptualización de la calidad	19
2.2.2. Conceptualización de la satisfacción del usuario	20
2.2.3. Modelo de la Satisfacción: Modelo Servperf	22
2.3. Bases conceptuales	23
III. MATERIALES Y MÉTODO	28
3.1. Tipo de investigación	28
3.2. Diseño	28
3.3. Muestra	30
3.4. Métodos	31
3.5. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos	31
3.6. Procesamiento de datos	32

IV. RESULTADOS	33
V. DISCUSIÓN	54
VI. CONCLUSIONES	56
VII. RECOMENDACIONES	57
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	58
IX. ANEXOS	64

RESUMEN

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”**, tuvo como objetivo principal determinar el nivel de Satisfacción de los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima en el año 2016. La investigación es de tipo descriptivo y de diseño observacional. La población y muestra estuvo constituida por 120.599 y 383 usuarios respectivamente. Se realizó durante el mes de diciembre 2016, 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. Para el análisis estadístico, se obtuvo el promedio del puntaje logrado y se determinaron el nivel de acuerdo a los valores siguientes: satisfacción baja (1,00 – 3,00) , satisfacción media (3,01 – 5,00) y satisfacción alta (5,01 – 7,00). Conclusiones: 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.

Palabras Claves: Satisfacción – fiabilidad - capacidad de respuesta – seguridad – empatía – tangibilidad – botica – farmacia – usuario.

ABSTRACT

The present research work entitled "**SATISFACTION OF USERS SERVED IN THE CHAIN OF BOATS MIFARMA OF ZONE 15 OF HUAYCÁN, ATE - LIMA, 2016**" had as main objective to determine the level of Satisfaction of the users served in the Chain of Boticas Mifarma of Zone 15 of Huaycán, Ate - Lima in the year 2016. The research is descriptive and observational in design. The population and sample consisted of 120,599 and 383 users respectively. During the month of December 2016, a Model SERVPERF (Perceptions of the SERVQUAL Model) questionnaire was structured with 22 closed-ended Likert scale questions, with response options from 1 to 7, using the survey technique. For the statistical analysis, the average score was obtained and the level was determined according to the following values: low satisfaction (1.00-3.00), mean satisfaction (3.01-5.00) and high satisfaction (5.01 - 7.00). Conclusions: The users of the Chain of Boticals Mifarma of Zone 15 of Huaycán, Ate - Lima in the year 2016 present on average a high level of satisfaction of the received attention; Where no user perceives low satisfaction, 31.9% average satisfaction and 68.1% high satisfaction..

Keywords: Satisfaction - reliability - responsiveness - security - empathy - tangibility - pharmacy - pharmacy - user.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. SITUACIÓN DEL PROBLEMA

Teniendo en cuenta que los clientes son la razón de ser y existir de una organización, conseguir su plena satisfacción se convierte en la piedra clave de una Gestión de Calidad; es decir, la satisfacción del usuario se convierte en un objetivo que persigue la prestación de un servicio, y es el estímulo para medir la calidad del mismo. ¹

En el marco de la gestión de calidad, la satisfacción del usuario se puede definir como "la medida en que la atención sanitaria y el estado de salud resultante cumplen con las expectativas del usuario"² o como la complacencia del usuario en función a sus expectativas para solucionar sus necesidades reales o percibidas³; siendo el objetivo de los servicios de salud la satisfacción de las necesidades de sus usuarios, y el análisis de la satisfacción, un instrumento de medida de la calidad de atención⁴; por lo tanto, la satisfacción del usuario se convierte en el objetivo de todos los componentes de la empresa, en los que la actitud de mejora continua será necesaria para la satisfacción de unas necesidades que también cambian continuamente.⁵

El Ministerio de Salud del Perú (MINSA), con la finalidad de revertir la baja calidad de la atención que constituye actualmente uno de los mayores obstáculos para enfrentar con éxito los problemas sanitarios, diseña y norma la aplicación de las Políticas Nacionales de Calidad de Atención en Salud, en la que establece como visión de la Calidad en la Atención de Salud: "La Sociedad Peruana al 2020, goza de un Sistema de Salud que brinda atención segura y efectiva; oportuna, equitativa e integral; informada y consentida; respetuosa del derecho y dignidad de las personas; sensible a los enfoques de género, etapas de vida e

interculturalidad; y orientada a contribuir al logro del más alto nivel posible de salud física, mental y social”. Esta Políticas son de obligatorio cumplimiento por la Autoridad Sanitaria en sus niveles nacional, regional y local, así como por las organizaciones proveedoras de atención de salud públicas, privadas y mixtas en el país.⁶

El Instituto Nacional de Estadística e Informática, en el estudio de Satisfacción relacionado en el Aseguramiento Universal de Salud en el 2014, halló que sólo el 46,4 % de los usuarios de farmacias y boticas que compraron medicamentos manifestaron que conocen lo suficiente del medicamento que adquirieron, 54,8 % conocen lo suficiente sobre la frecuencia de administración del medicamento que compró y 54,9 % conocen lo suficiente acerca de la dosis de administración del medicamento. En relación al motivo de compra en otro establecimiento, 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 % refirió que en el establecimiento donde se atendió no hay farmacia y 13,6 % que el médico que lo atendió les recomendó comprarlos fuera del establecimiento de salud.⁷

Esto implica, que existe gran porcentaje de usuarios que desconocen el manejo y administración de los medicamentos recetados y que acuden a otros establecimientos farmacéuticos privados; esta es la posible razón de incremento de cadenas de Boticas y Farmacias en los diferentes lugares de nuestra capital; tales como Mifarma en la Comunidad Urbana Autogestionaria de Huaycán ubicada en el Distrito de Ate de la Provincia de Lima, Departamento de Lima por ejemplo.

La Cadena de Boticas Mifarma tiene tres establecimientos cercanos en la Zona 15 de la Comunidad Urbana Autogestionaria y se desconoce el nivel de satisfacción de sus usuarios. ⁸

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA PRINCIPAL

¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima en el año 2016?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS:

- ¿Cuál es el nivel de satisfacción según características demográficas de los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción en el aspecto de fiabilidad percibida por los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción en el aspecto de la capacidad de respuesta percibida por los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción en el aspecto de seguridad por los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción en el aspecto de empatía percibida por los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima?

- ¿Cuál es el nivel de satisfacción en el aspecto de Tangibilidad percibida por los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima?

1.3. JUSTIFICACIÓN

La razón de abordar este tema es para describir y determinar el nivel de satisfacción de los usuarios atendidos en esta cadena de boticas, teniendo en cuenta que muchos de ellos provienen de establecimientos de salud que no cuentan con servicios de farmacia, con los medicamentos recetados o son referidos por terceros.

Los resultados servirán para mejorar la calidad de atención de los usuarios que permitan su alta satisfacción, quienes son la razón de existir de las empresas como la Cadena de Boticas Mifarma. Esto deberá darse por la toma de decisiones de los responsables de la gestión de estas boticas para solucionar la problemática o deficiencias observadas y por la alta demanda de los potenciales usuarios habitantes de esta Comunidad Urbana.

La publicación de los resultados es importante porque permitirá sensibilizar a los trabajadores de las boticas, entre ellas egresados y profesionales de la Facultad de Farmacia y Bioquímica de la Universidad Wiener, a fortalecer sus competencias para brindar un mejor servicio y elevar la satisfacción de los usuarios.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar el nivel de Satisfacción de los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima en el año 2016.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS:

1. Determinar el nivel de satisfacción según características demográficas de los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima.
2. Determinar el nivel de satisfacción en el aspecto de fiabilidad percibida por los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima.
3. Determinar el nivel de satisfacción en el aspecto de la capacidad de respuesta percibida por los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima.
4. Determinar el nivel de satisfacción en el aspecto de seguridad por los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima.
5. Determinar el nivel de satisfacción en el aspecto de empatía percibida por los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima.
6. Determinar el nivel de satisfacción en el aspecto de Tangibilidad percibida por los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima.

1.5. HIPÓTESIS

Los usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima en el año 2016 presentan un nivel de satisfacción alta de la atención recibida.

1.6. VARIABLE

1.6.1. Variable Independiente

- Usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma

Dimensiones:

1. Género
2. Nivel de estudio
3. Tipo de usuario

1.6.2. Variable Dependiente:

- Satisfacción de los usuarios

Dimensiones:

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

1.6.3. Operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	TIPO DE VARIABLE Y VALOR	ITEM
Variable Dependiente Satisfacción de los usuarios “Sentimiento generalizado que tienen los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma”	Fiabilidad “Habilidad del que atiende para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa”	Atención sin discriminación	Cuantitativa Discreta: 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7.	1 – 5
		Atención según orden de llegada		
		Atención sin errores		
		Existencia de mecanismos para reclamar		
		Existencia de medicamentos recetados		
	Capacidad de Respuesta “Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido”	Atención rápida	Cuantitativa Discreta: 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7.	6 – 9
		Tiempo de espera corto		
		Solución inmediata a su problema o dificultad		
		Personal prioriza atenderlo		
	Seguridad “Habilidades para inspirar credibilidad y confianza, haciendo uso eficaz de sus conocimientos y la atención prestada”	Respeto de su privacidad durante la atención	Cuantitativa Discreta: 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7.	10-13
		Revisión minuciosa de la receta para atenderlo		
		Tiempo suficiente para responder sus dudas o preguntas.		
		Personal le inspira confianza		

	Empatía “Atención individualizada que ofrecen los empleados a sus clientes”	Trato amable y respetuoso durante la atención	Cuantitativa Discreta: 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7.	14 – 18
		Preocupación del personal por absolver todas sus dudas e inquietudes relacionadas al tratamiento o uso de los medicamentos recetados		
		Personal brinda información útil para su tratamiento		
		Capacidad del personal para respetar sus ideas o puntos de vista		
		Personal comprende su estado emocional durante la atención		
	Tangibilidad “Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación”	Señalización adecuada para ubicar el Servicio	Cuantitativa Discreta: 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7.	19 – 22
		Personal presenta vestimenta adecuada		
		Ambiente adecuados para el expendio de medicamentos		
		Ambiente adecuado para brindar consulta farmacológica especializada.		

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	TIPO DE VARIABLE Y VALOR	ITEM
Variable Independiente: Usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. "Características de los usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma"	Género	1) Masculino 2) Femenino	Cualitativa Nominal	
	Nivel de estudio	1) Primaria 2) Secundaria 3) Superior técnico 4) Superior universitario	Cualitativa Nominal	
	Tipo de usuario	1) Nuevo 2) Continuador	Cualitativa Nominal	

II. MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes

- A nivel internacional:

La investigación “Satisfacción percibida del Servicio de Farmacia (SF): medición, análisis y mejora”⁹, fue realizada en un hospital de segundo nivel en Cuenca – España en el año 2015, con el objetivo de 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) e identificar oportunidades de mejora, de acuerdo con la norma ISO 9001:2008. Métodos: Estudio transversal (octubre’13-diciembre’13) de un hospital de segundo nivel. La muestra estuvo constituida por 519 trabajadores y 314 pacientes. Conclusiones: Los clientes internos y clientes externos se encuentran satisfechos con el Servicio de Farmacia.

La investigación “Expectativas y satisfacción de los usuarios de las farmacias en la ciudad de Chillán - Chile”¹⁰, fue realizada en el año 2016 con el objetivo de exponer las expectativas y satisfacción de los usuarios en las farmacias de Chillán. Métodos: Estudio de tipo descriptivo, muestra constituida por 196 usuarios y aplicación de cuestionario escala Servqual. Conclusiones relacionadas a las percepciones: (1) confiabilidad: Nivel bajo debido a que no cumplen con sus promesas en su totalidad, no muestra un sincero interés por resolver los problemas de cada uno de sus usuarios ni cuentan con los conocimientos e información necesaria; (2) responsabilidad: Nivel bajo porque no brindan un servicio con prontitud por la existencia de desorganización por parte de la empresa y el personal no siempre está dispuesto ayudar en todo lo que necesita el cliente ya que no siempre cuenta con las condiciones para asistir de la mejor manera a los usuarios lo que conlleva tener una

baja experiencia de compra; (3) seguridad: Nivel bajo debido a las diversas irregularidades en relación a los aumentos de precios desmedidos falta de cortesía y dinamismo en los trabajadores; (4) empatía: Nivel bajo porque no cuentan con charlas motivacionales y herramientas que ayuden a mejorar su calidad de atención, no se preocupan de brindar una atención personalizada de calidad, sino que solamente de vender los productos de las farmacias; (5) bienes tangibles: existe una percepción media dado a que la apariencia de las instalaciones físicas y equipos son atractivos y modernos de acuerdo a la tecnología existente hoy en día pero muchas veces los materiales de comunicación, que son fundamentales para la entrega de información no siempre está actualizada y tampoco funciona de manera correcta; además, existe una gran dificultad en lo que es la infraestructura especialmente para las personas que son mayores de edad, embarazadas y personas con capacidades diferentes, en lo referente al reducido dentro de las farmacias, junto con los largos minutos de espera.

La investigación “Evaluación de la Calidad del Servicio de Farmacias San Nicolás” ¹¹, fue realizada en el año 2012 en El Salvador con el objetivo de medir la calidad del servicio. Método: Investigación de tipo cualitativa-descriptiva, muestra conformada por 368 usuarios. Conclusiones: Un alto porcentaje de clientes entrevistados se encontraban satisfechos por la buena atención que les brindaron y un bajo porcentaje insatisfecho.

La investigación “Calidad de servicio en farmacias tradicionales y de autoservicio” ¹² fue realizado en el año 2010 en Venezuela, con el objetivo de comparar la calidad de servicio de las farmacias con enfoque tradicional y de autoservicio del municipio de Maracaibo. Método: Estudio observacional de tipo descriptivo, consideró como muestra a todos los usuarios que acudieron en el lapso de una hora a 61 farmacias tradicionales y 9 farmacias de autoservicio. Resultados: (1) De acuerdo a

la percepción de la calidad de servicio de los clientes, las farmacias tradicionales obtuvieron rangos enmarcados desde la baja calidad de servicio hasta la buena calidad; asimismo, las farmacias de autoservicio se encontraron en los rangos de buena hasta alta calidad de servicio; (2) Basados en los resultados de la investigación, la calidad de servicio en farmacias tradicionales del Municipio de Maracaibo es catalogada de mediana calidad por el 45 % de los entrevistados; mientras que en las farmacias de autoservicio, fueron consideradas como establecimientos que brindan una alta calidad de servicio al cliente, según lo afirman el 55 % de los entrevistados. Conclusiones: Mediana calidad de servicio de las farmacias tradicionales y una alta calidad para las farmacias de autoservicio en el municipio Maracaibo del estado se Zulia.

La investigación “Estudio comparativo de la satisfacción al cliente como ventaja competitiva en farmacias de autoservicio en San Juan de los Morros, Estado Guárico”¹³, fue realizada en Venezuela en el 2008 con el objetivo de estudiar comparativamente la satisfacción al cliente como ventaja competitiva en farmacias de autoservicio de San Juan de los Morros, Estado Guárico (Caso de Farmacia Saas y Farmacia La Coromoto). Método: El tipo de investigación corresponde a un estudio de campo descriptivo. La población y muestra está conformada por 22 empleados y 20 clientes de Farmacia Saas, 8 empleados y 20 clientes de Farmacia La Coromoto. Como técnicas de recolección de datos se utilizaron la revisión bibliográfica y la encuesta, esta última empleando como instrumentos dos cuestionarios: uno dirigido a los empleados de farmacias de 12 ítems y uno dirigido a los clientes de farmacias con 10 ítems. Conclusiones: El nivel de la satisfacción al cliente en Farmacia Saas en comparación con Farmacia La Coromoto, es más alto en términos de políticas de atención, filosofía de trabajo, conocimientos, habilidades y tecnología; sin embargo los resultados obtenidos permiten destacar que Farmacia La Coromoto, aun siendo un pequeño negocio de

autoservicio cumple con diferentes actividades de atención al cliente que le permiten competir con otras farmacias de autoservicio en la ciudad de San Juan de los Morros; lo que le está haciendo ganar posición ascendente en el mercado farmacéutico.

- **A nivel nacional**

La investigación “Nivel de Satisfacción percibida por usuarios del Servicio de Farmacia del Hospital III Suárez - Angamos EsSalud, Lima. Enero 2015”¹⁴, fue realizada con el objetivo de establecer el nivel de Satisfacción percibida por los usuarios de consulta externa. Metodología: Consideró como población y muestra de estudio a 13790 y 374 usuarios respectivamente. Estudio de tipo descriptivo y de diseño observacional. Mediante la técnica de Encuesta se aplicó el cuestionario de Satisfacción del usuario modelo SERVPERF. Conclusiones. (1) Los usuarios de consulta externa atendidos en el Servicio de Farmacia del Hospital III Suárez - Angamos EsSalud, Lima en el mes de Enero 2015 perciben una atención parcialmente satisfactoria; (2) El nivel de satisfacción por condición del encuestado (usuarios y acompañantes) son similares; mientras que existe mayores niveles de satisfacción en el usuario de sexo femenino, usuario continuador y usuario de estudios Superior Técnico; (3) Perciben un nivel satisfactorio de la atención en las dimensiones de fiabilidad y seguridad; (4) Perciben un nivel parcialmente satisfactorio en las dimensiones de capacidad de respuesta, empatía y tangibilidad.

La investigación “Calidad de atención al usuario del Servicio de Farmacia – Hospital Guillermo Almenara Irigoyen. Lima, Febrero 2014”¹⁵, fue realizada con el objetivo de determinar la calidad de atención al usuario del Servicio de Farmacia del mencionado hospital. Metodología: Se aplicó el diseño observacional, descriptivo, transversal, utilizando el Modelo SERVQUAL que mide la percepción y expectativas del usuario;

así mismo, se evaluó el nivel de fiabilidad, la capacidad de respuesta, el grado de empatía, la seguridad y los aspectos tangibles que brinda el servicio. Muestra constituida por 150 usuarios. Resultados: 83,3 % estaban insatisfechos con la calidad de atención recibida, como también se pudo destacar que el nivel de insatisfacción de los usuarios fue muy alta en cada una de las dimensiones estudiadas, encontrando que el valor más bajo de insatisfacción fue 60,7 % en la dimensión capacidad de respuesta. Conclusiones. Existe un alto nivel de insatisfacción (83.3 %).

La investigación “Satisfacción del Cliente en la Atención del Servicio de Farmacia en la Clínica Internacional Sede San Borja 2013”¹⁶, fue realizada en Lima, Perú con el objetivo de establecer el nivel de satisfacción del usuario en la atención del Servicio de Farmacia de la clínica en estudio. Metodología: Estudio de tipo descriptivo y de diseño observacional. Mediante la técnica de Encuesta se aplicó el cuestionario de Satisfacción del usuario modelo SERVPERF. Consideró como población y muestra de estudio a 19586 y 377 clientes respectivamente atendidos en el Servicio de Farmacia de la Clínica Internacional durante el mes de Julio 2013. Conclusiones: (1) Los pacientes del Servicio de Farmacia de la Clínica Internacional percibieron un nivel satisfactorio sobre la atención del personal farmacéutico; (2) 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; (3) Percepción similar de la satisfacción según tipo, condición y nivel de instrucción del usuario; (4) Mayor nivel de satisfacción en los clientes de sexo masculino.

La investigación “Calidad de Atención en el Servicio de Farmacia Central del Hospital Nacional Dos de Mayo. Lima, Perú, 2013”¹⁷, realizada con el objetivo de establecer el nivel de Calidad de Atención percibido por el cliente externo del Servicio de Farmacia Central del mencionado

hospital. Metodología: Investigación de tipo descriptivo y de diseño observacional. Población y muestra constituida por 1290 y 296 clientes respectivamente. Mediante la técnica de Encuesta, se aplicó el cuestionario de Calidad de Atención Modelo SERVQUAL, elaborado y validado por la Dirección de Calidad en Salud del Ministerio de Salud del Perú (2011). Conclusiones: (1) El Servicio de Farmacia Central del Hospital Dos de Mayo en el mes de noviembre 2013 brindó un bajo nivel de calidad de atención a sus clientes externos; encontrándose nivel de insatisfacción en el 75,0 % de los clientes y satisfacción en el 25,0 %; (2) Existe nivel alto (5,73/7,00) de expectativas de la atención; (3) Existe nivel medio de percepciones de la atención (4,70/7,00); siendo similar en las diferentes dimensiones de calidad; (4) El nivel de calidad de la atención fue similar en clientes usuarios y acompañantes; (5) El nivel de calidad de la atención fue similar en clientes de masculino y femenino; (6) El nivel de calidad de la atención satisfactoria fue mayor en los de instrucción superior universitaria; (7) El nivel de calidad de la atención fue similar en clientes nuevos y continuadores.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Calidad de atención

Según la Real Academia Española¹⁸, la palabra calidad proviene del latín *qualitas, -ātis*, y este calco del gr. *ποιότης* que significa cualidad, propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor. El concepto de calidad es utilizado desde las primeras civilizaciones donde el hombre era nómada y su medio de vida era la caza y la recolección de frutos, en ese entonces la calidad se basaba en inspeccionar y seleccionar lo mejor.

Koontz y Heinz¹⁹, en relación a la calidad, sostiene que Deming, Juran y Crosby conciben la calidad como un imperativo de sobrevivencia, cada

uno de ellos la define de manera diferente. Para Deming la calidad significa ofrecer a bajo costo los productos y servicios que satisfagan a los clientes, adicionado un compromiso con la innovación y mejora continuas, lo que los japoneses llaman "kaisen". Para Juran, uno de los elementos clave de la definición de la calidad es la "adecuación de uso" de un producto. Finalmente, Crosby explica la calidad desde una perspectiva ingenieril como el cumplimiento de normas y requerimientos precisos, siendo su lema "Hacerlo bien a la primera vez y conseguir cero defectos.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS)²⁰, la calidad, es la comparación del nivel de atención en el aquí y ahora, con la que se establece en el nivel deseado de la atención. Este concepto refleja la idea de que la calidad no es percibida por todos por igual, o al mismo nivel, que el estado de desarrollo de la población mundial; no es uniforme y por lo tanto también el nivel de atención de la salud no es homogénea.

La Organización Panamericana de la Salud y la Organización Mundial de la Salud (OPS/OMS)²¹, define "calidad de atención" como un 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.

Asimismo, la OMS/OPS²¹, Wong, García y Rodríguez²², afirman que la calidad en las instituciones se da cuando existen un alto grado de satisfacción por parte de los usuarios externos, un mínimo de riesgo para los usuarios externos e internos, alto nivel de excelencia profesional y un uso eficiente de los recursos de las instituciones.

El objetivo de los servicios de salud es satisfacer las necesidades de sus usuarios (clientes), y el análisis de la satisfacción es un instrumento de medida de la calidad de atención. Esta medición permite tener en cuenta

las necesidades y expectativas del usuario a la hora de tomar decisiones clínicas.^{4,23}

2.2.2. Satisfacción del usuario

Según la Real Academia Española²⁴, el término satisfacción proviene del latín *satisfactio, -ōnis*; esto implica la razón, acción o modo con que se sosiega y responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria, cumplimiento del deseo o del gusto, dar solución a una duda o a una dificultad o cumplir, llenar ciertos requisitos o exigencias.

Mientras que anteriormente satisfacer al cliente indicaba directamente que un trabajo había sido bien hecho, ahora, la satisfacción del cliente ha pasado a ser un factor mucho más científico e importante en el área del marketing. En la actualidad, la satisfacción del cliente se define como el término económico que mide cómo un producto o servicio alcanza o sobrepasa las expectativas del cliente. Paul W. Farris²⁵, profesor de Administración de Empresas en la Universidad de Virginia, define la satisfacción del cliente como “el número de clientes, o el porcentaje total de clientes, cuyas experiencias con una empresa, sus productos o sus servicios exceden determinados umbrales de satisfacción”.

Para Philip Kotler²⁶, la satisfacción del cliente es "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas".

En el marco de la gestión de calidad, la satisfacción del usuario se puede definir como "la medida en que la atención sanitaria y el estado de salud resultante cumplen con las expectativas del usuario"²⁷, o como “la representación de la vivencia subjetiva derivada del cumplimiento o incumplimiento de las expectativas que tiene un sujeto con respecto a algo”²⁸; por lo que la satisfacción del usuario está dada por la

complacencia del usuario en función a sus expectativas para solucionar sus necesidades reales o percibidas.²⁹

Toda empresa que logre la satisfacción del cliente obtendrá como beneficios:

- 1) La lealtad del cliente (que se traduce en futuras ventas).
- 2) Difusión gratuita (que se traduce en nuevos clientes).
- 3) Una determinada participación en el mercado.³⁰

Las empresas inteligentes buscan complacer a sus clientes mediante prometer solo lo que pueden entregar y entregar después más de lo que prometieron; esto se debe a que dependiendo del nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: un cliente insatisfecho cambiara de marca o proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por la misma empresa). Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal, pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional).³¹

2.2.3. Medición de la Satisfacción: Modelo SERVPERF

El Modelo SERVPERF es una alternativa al SERVQUAL para evaluar la Calidad de Servicio.³² Debe su nombre a la exclusiva atención 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, la única diferencia es que elimina la parte que hace referencia a las expectativas de los clientes.

El modelo emplea únicamente las 22 afirmaciones referentes a las percepciones sobre el desempeño percibido del modelo SERVQUAL.

Las dimensiones del modelo SERVPERF consideradas en base al modelo SERVQUAL (Sólo percepciones) son:

1. Elementos tangibles (Tangibilidad): apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.
2. Fiabilidad: Habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
3. Capacidad de respuesta: Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.
4. Seguridad: Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.
5. Empatía: Atención individualizada que ofrecen los empleados a sus clientes.³³

La puntuación SERVPERF se calcula como la sumatoria de las puntuaciones de Percepción: $SERVPERF = \sum P_j$

Así, la calidad del servicio será tanto más elevada, en cuanto mayor sea la suma de dichas percepciones, de sus puntuaciones.

2.3. Bases conceptuales

1. **Accesibilidad:** Condición básica para poder utilizar con mayor facilidad los servicios o para obtener un bien o servicio.³⁴

2. **Calidad:** Grado en el que un conjunto de características inherentes, cumple con la necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita y obligatoria.³⁵
3. **Capacidad de respuesta:** Aptitud o suficiencia para brindar algo. En un servicio, es la disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.³⁶
4. **Empatía:** Capacidad de sintonía intelectual y emocional con la persona con la que se conversa. En un servicio, es la atención individualizada que ofrecen los empleados a sus clientes.³⁶
5. **Fiabilidad:** Confianza que proporciona alguien o algo. En un servicio, es la habilidad del que atiende para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.³⁶
6. **Satisfacción:** Sentimiento de bienestar que se siente al cubrir una necesidad o deseo. Sentimiento generalizado que tienen los usuarios atendidos.³⁷
7. **Seguridad:** Garantía que se le da a una persona sobre la realización o el cumplimiento de una cosa. En un servicio, se considera los conocimientos y la atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.³⁶
8. **SERVPERF:** SERVICE PERFORMANCE. Evaluación de la calidad del servicio.³²
9. **Tangibilidad:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.³⁶

III. MÉTODO

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es de tipo observacional, se determinó el nivel de satisfacción de los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima.³⁸

3.2. DISEÑO

El diseño aplicado es transversal y prospectivo.

Es transversal porque la medición de los datos fue realizado 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: Estuvo constituida por 120.599 usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma (tres boticas) de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima en el mes de diciembre 2016. Se tomó como referencia el documento de Análisis Situacional de Salud 2015 del Hospital de Huaycán³⁹.

Muestra: Estuvo constituida por 383 usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima en el mes de diciembre 2016.

Tamaño de muestra: El tamaño de la muestra fue determinada considerando el objetivo principal del presente trabajo de investigación, aplicando la fórmula estadística siguiente:

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

Donde:

N = Población = 120.599

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de fiabilidad al 95% (valor estandarizado de 1,96)

p = prevalencia estimada. Se asume p = 50% (0,5), para maximizar el tamaño de muestra porque se desconoce el parámetro poblacional (Criterio de Imparcialidad del investigador)

q = 1 - p

E = Precisión o magnitud de error de 0,05; 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 usuarios.

Diseño muestral: Muestreo aleatorio simple.

siendo la selección de cada integrante de la muestra por saturación.

Unidad de análisis:

Usuario que acudió el mes de diciembre 2016 a la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima.

Criterios de Inclusión:

- Personas de ambos sexos, entre 18 a 65 años que acudieron a la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima a comprar medicamentos durante el mes de diciembre 2016.

-

Criterio de Exclusión:

- Menores de 18 años y mayores de 65 años.
- Personas que no quisieron participar en el estudio
- Personas que presentaron alteraciones emocionales (persona con ira, tristeza, agitación, inquietud y nerviosismo entre otros)

3.4. MÉTODOS

Se hizo uso principalmente de los siguientes métodos:

- Método Hipotético-Deductivo: Se siguió los siguientes pasos esenciales durante su investigación: observación del fenómeno a estudiar, creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno, deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis, y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia.
- Método Descriptivo: Se realizó una exposición narrativa, numérica y/o gráfica, lo más detallada y exhaustiva posible de la realidad que se investiga.
- 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.

3.5. TECNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Técnicas: Técnica de Encuesta: Técnica de investigación que consiste en una interrogación escrita que se le realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

Instrumentos: Cuestionario del 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.

El número de ítems o preguntas por cada dimensión fue la siguiente: Fiabilidad: 1–5, Capacidad de respuestas: 6- 9; Seguridad: 10-13; Empatía: 14–18 y Tangibilidad: 19–22.

El cuestionario modelo SERVPERF fue validado por sus autores, obteniéndose alto grado de fiabilidad (coeficiente alpha de Cronbach de 0,9098; alpha estandarizado de 0,9238).³⁴

Recolección de datos

- Selección de la muestra y aplicación del instrumento en forma aleatoria, teniendo en cuenta los criterios de inclusión y exclusión.

- Se aplicó el instrumento al usuario luego de la adquisición de sus medicamentos.
- Se aplicó a 20 % más de la muestra seleccionada a fin de reemplazar los instrumentos que pudieran tener errores.

3.6. PROCESAMIENTO DE DATOS

Para el procesamiento de datos se tuvo en cuenta lo siguiente:

- Se efectuó el control de calidad de los instrumentos aplicados; reemplazándose los que estaban incompletos o presentaban errores.
- Mediante la aplicación del programa SPSS versión 21 en español se construyó la base de datos y se efectuó el análisis estadístico requerido.
- Mediante el programa Microsoft Excel 2013 se realizaron los cuadros y gráficos pertinentes.

3.7. ANALISIS DE DATOS

Para determinar el nivel de satisfacción en forma global, por dimensiones e indicadores, se procedió a obtener la media estadística y luego cuantificar el número y porcentajes según la tabla siguiente:

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

Se aplicó la “t de Student” para contrastar la hipótesis general. Se acepta la hipótesis de investigación si el valor p es menor de 0,05, siempre y cuando la media obtenida sea mayor de 5,00.

Para determinar la satisfacción según condición del usuario, género, nivel de instrucción y tipo de usuario se realizaron tablas de contingencia de doble entrada, aplicándose el estadístico “chi cuadrado” para determinar su asociación y contrastar las hipótesis específicas (Existe relación significativa si el valor p es menor de 0,05).

IV.RESULTADOS

Tabla 1. Nivel de satisfacción percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

Satisfacción del usuario	N°	%
Satisfacción baja (1,00 – 3,00)	0	0,0
Satisfacción media (3,01 – 5,00)	122	31,9
Satisfacción alta (5,01 – 7,00)	261	68,1
Total	383	100,0

$\bar{x} = 5,43$ T de Student = 11,20 gl=382 NS: 0,05 p=0,000

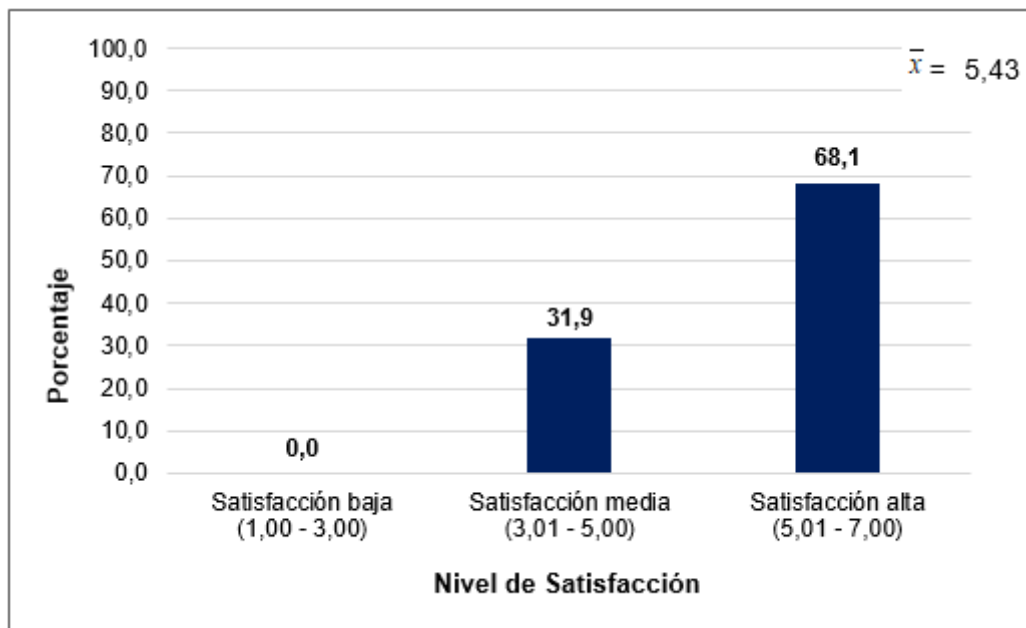


Gráfico 1. Nivel de satisfacción percibido por los usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

De la tabla 1 y gráfico 1, podemos observar que ninguno de los usuarios atendidos en el mes de diciembre 2016 en la Cadena de Boticas Mifarma ubicadas en la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima perciben una atención de nivel Satisfacción baja, 31,9% nivel satisfacción media y 68,1 % nivel de satisfacción alta.

En promedio, perciben una satisfacción de 5,43 puntos, lo que equivale a un nivel de satisfacción alta, teniendo un nivel significativo ($p=0,000$), lo que nos permite contrastar la hipótesis de investigación y afirmar que “Los usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima en el año 2016 presentan un nivel de satisfacción alta de la atención recibida”.

Tabla 2. Nivel de satisfacción según género percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

Satisfacción del usuario	Género				Total	
	Masculino		Femenino		N°	%
	N°	%	N°	%		
Satisfacción baja (1,00 – 3,00)	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Satisfacción media (3,01 – 5,00)	22	18,0	100	82,0	122	100,0
Satisfacción alta (5,01 – 7,00)	63	24,1	198	75,9	261	100,0
Total	85	22,2	298	77,8	383	100,0

$X^2=1,795$ gl=1 p=0,180

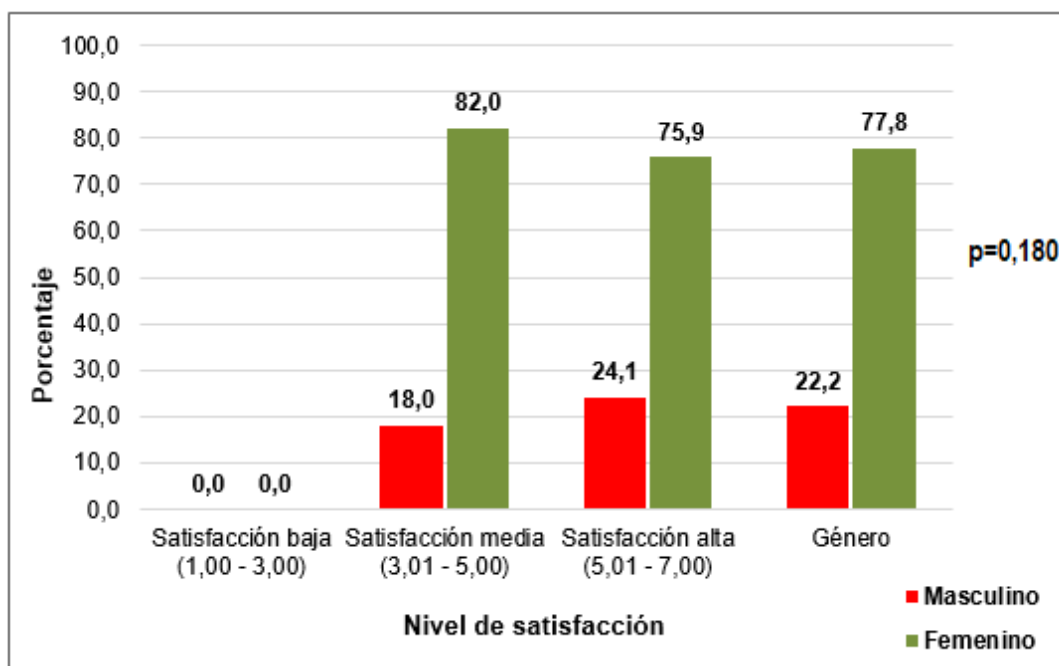


Gráfico 2. Nivel de satisfacción según género percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

De la tabla 2 y gráfico 2, podemos observar que 22,2 % de los usuarios fueron de género masculino y 77,8 % de sexo femenino.

En el nivel de satisfacción baja, no hubo usuario alguno.

En el nivel de satisfacción media, 18,0 % fueron de género masculino y 82,0 % de género femenino.

En el nivel de satisfacción alta, 24,1 % fueron de género masculino y 75,9 % de género femenino.

No existen diferencias estadísticas significativas ($p=0,180$) entre el nivel de satisfacción y el género de los usuarios; es decir, que la percepción de la satisfacción se da de manera similar en ambos grupos de usuarios.

Tabla 3. Nivel de satisfacción según nivel de instrucción percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

Satisfacción del usuario	Nivel de instrucción							
	Primaria		Secundaria		Sup. Técnico		Sup. Univ.	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Satisfacción baja (1,00 – 3,00)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Satisfacción media (3,01 – 5,00)	1	0,8	23	18,9	75	61,5	23	18,9
Satisfacción alta (5,01 – 7,00)	0	0,0	54	20,7	179	68,6	28	10,7
Total	1	0,3	77	20,1	254	66,3	51	13,3

$X^2=7,033$ $gl=1$ $p=0,071$

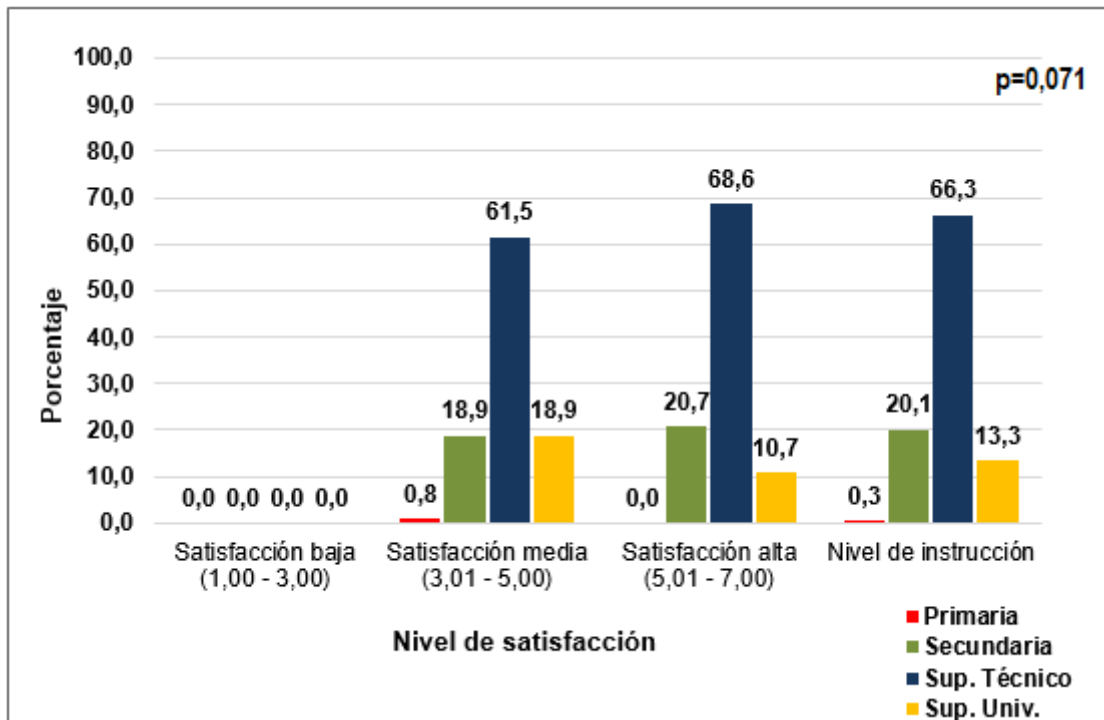


Gráfico 3. Nivel de satisfacción según nivel de instrucción percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

De la tabla 3 y gráfico 3, podemos observar que 0,3 % de los usuarios tenían nivel de instrucción primaria, 20,1 % nivel secundaria, 66,3% nivel superior técnico y 13,3 % nivel superior universitario.

En el nivel de satisfacción baja, no hubo usuario alguno.

En el nivel de satisfacción media, 0,8 % de los usuarios tenían nivel de instrucción primaria, 18,9 % nivel secundaria, 61,5 % nivel superior técnico y 18,9 % nivel superior universitario.

En el nivel de satisfacción alta, ninguno de los usuarios tenían nivel de instrucción primaria, 20,7 % nivel secundaria, 68,6 % nivel superior técnico y 10,7 % nivel superior universitario.

No existen diferencias estadísticas significativas ($p=0,071$) entre el nivel de satisfacción y el nivel de instrucción de los usuarios; es decir, que la percepción de la satisfacción se da de manera similar en los diferentes grupos de encuestados.

Tabla 4. Nivel de satisfacción según tipo de usuario percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

Satisfacción del usuario	Tipo de usuario				Total	
	Nuevo		Continuador		N°	%
	N°	%	N°	%	N°	%
Satisfacción baja (1,00 – 3,00)	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Satisfacción media (3,01 – 5,00)	17	13,9	105	86,1	122	100,0
Satisfacción alta (5,01 – 7,00)	43	16,5	217	83,1	261	100,0
Total	60	15,7	322	84,1	383	100,0

$X^2=0,406$ $gl=1$ $p=0,524$

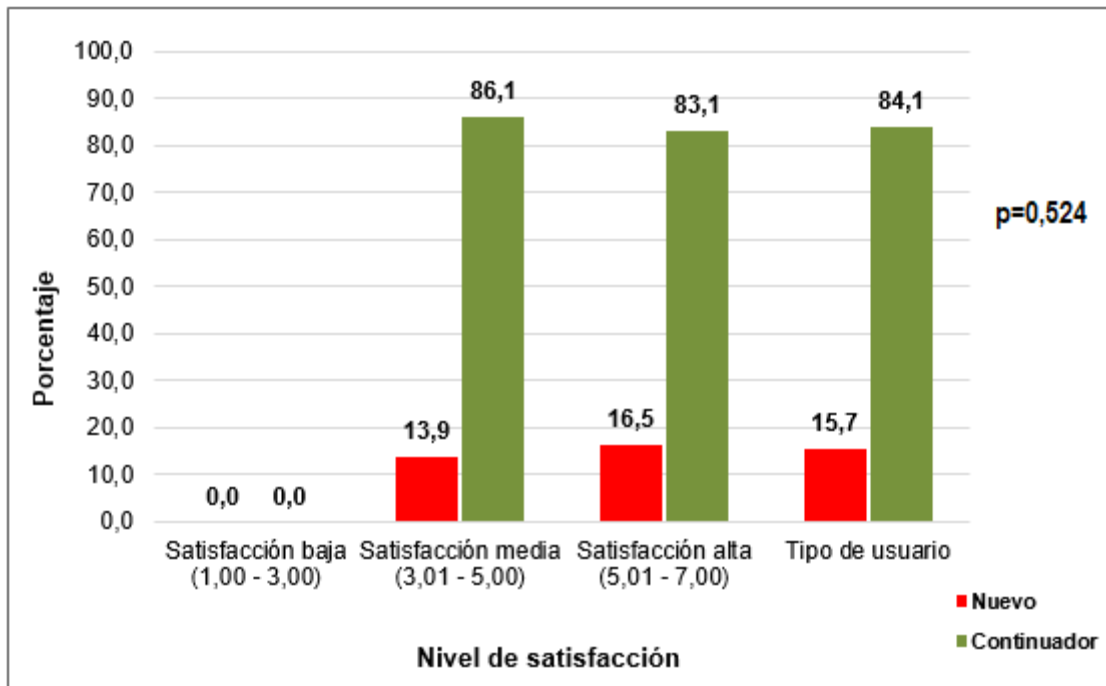


Gráfico 4. Nivel de satisfacción según tipo de usuario percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

De la tabla 4 y gráfico 4, podemos observar que 15,7 % de los usuarios fueron usuarios nuevos y 84,1 % fueron continuadores.

En el nivel de satisfacción baja, no hubo usuario alguno.

En el nivel de satisfacción media, 13,9 % fueron usuario de tipo nuevo y 86,1 % de tipo continuador.

En el nivel de satisfacción alta, 16,5 % fueron usuario de tipo nuevo y 83,1 % de tipo continuador.

No existen diferencias estadísticas significativas ($p=0,524$) entre el nivel de satisfacción y el tipo de usuario; es decir, que la percepción de la satisfacción se da de manera similar en ambos grupos de encuestados.

Tabla 5. Nivel de satisfacción en la dimensión de fiabilidad percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycan, Ate - Lima. Diciembre 2016.

Fiabilidad	N°	%
Satisfacción baja (1,00 – 3,00)	0	0,0
Satisfacción media (3,01 – 5,00)	126	32,9
Satisfacción alta (5,01 – 7,00)	257	67,1
Total	383	100,0

$\bar{x}=5,44$ D.S.=0,650

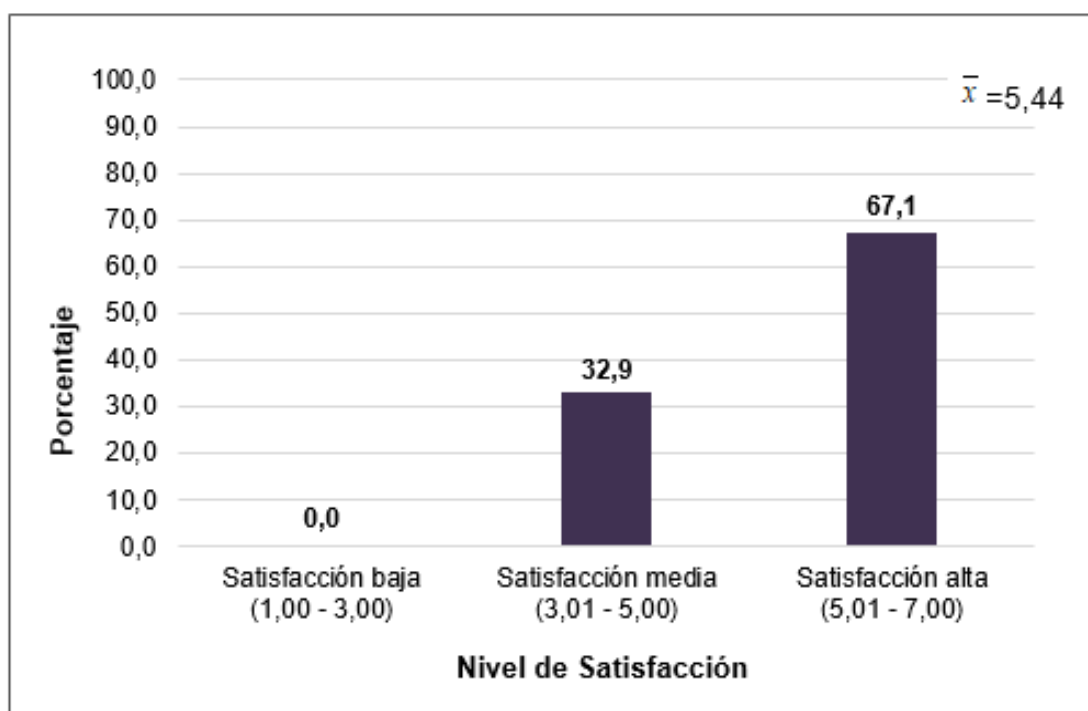


Gráfico 5. Nivel de satisfacción en la dimensión de fiabilidad percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycan, Ate - Lima. Diciembre 2016.

De la tabla 5 y gráfico 5, podemos observar que los usuarios atendidos en el mes de diciembre 2016 en la Cadena de Boticas Mifarma ubicadas en la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima, en relación a la dimensión fiabilidad de la satisfacción, ninguno perciben una atención de nivel satisfacción baja, 32,9 % nivel satisfacción media y 67,1 % nivel de satisfacción alta.

Presentan una media de 5,44 puntos, lo que equivale afirmar que en promedio existe un nivel de satisfacción alta en la dimensión fiabilidad de la satisfacción.

Tabla 6. Nivel de satisfacción según indicadores de fiabilidad percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycan, Ate - Lima. Diciembre 2016.

INDICADORES DE FIABILIDAD	PROMEDIO	NIVEL
Usted fue atendido sin discriminación	5,8	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)
Usted fue atendido respetando su orden de llegada	5,5	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)
Existen mecanismos para presentar alguna queja o reclamo de la atención recibida	5,5	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)
Lo atendieron sin cometer errores	5,3	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)
Existieron los medicamentos que le recetó su médico	5,3	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)

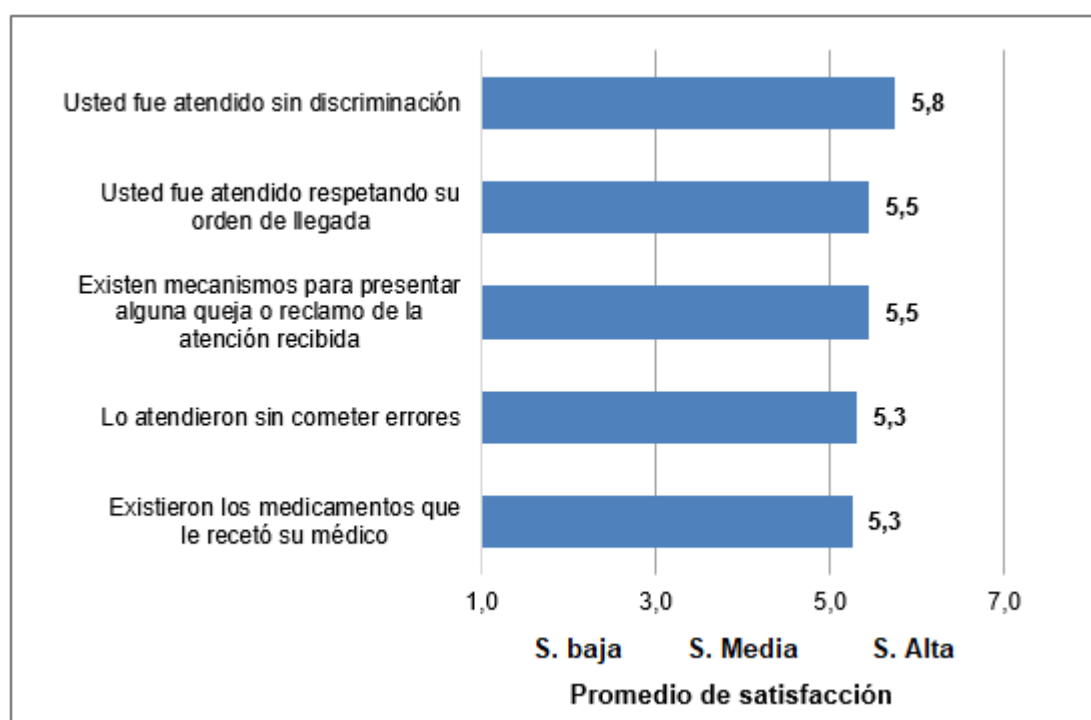


Gráfico 6. Nivel de satisfacción según indicadores de fiabilidad percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycan, Ate - Lima. Diciembre 2016.

De la tabla 6 y gráfico 6, en relación a la dimensión fiabilidad de la satisfacción, los usuarios perciben un nivel Satisfacción alta sobre la atención sin discriminación, atención respetando el orden de llegada, existencia de mecanismos para presentar alguna queja o reclamo de la atención recibida, atención sin cometer errores y la existencia de medicamentos que recetó el médico.

Tabla 7. Nivel de satisfacción en la dimensión de capacidad de respuesta percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

Capacidad de Respuesta	N°	%
Satisfacción baja (1,00 – 3,00)	0	0,0
Satisfacción media (3,01 – 5,00)	124	32,4
Satisfacción alta (5,01 – 7,00)	259	67,6
Total	383	100,0

$$\bar{x} = 5,53 \quad \text{D.S.} = 0.955$$

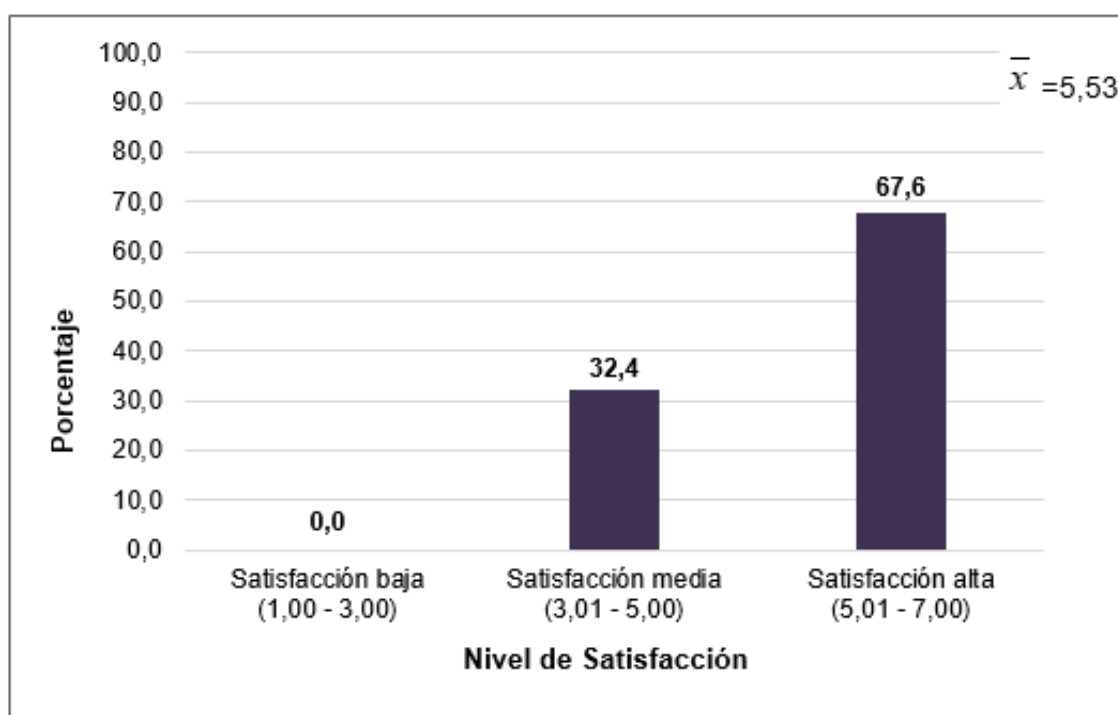


Gráfico 7. Nivel de satisfacción en la dimensión de capacidad de respuesta percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

De la tabla 7 y gráfico 7, podemos observar que los usuarios atendidos en el mes de diciembre 2016 en la Cadena de Boticas Mifarma ubicadas en la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima, en relación a la dimensión capacidad de respuesta de la satisfacción, ninguno perciben una atención de nivel Satisfacción baja, 32,4 % nivel satisfacción media y 67,6 % nivel de satisfacción alta.

Presentan una media de 5,53 puntos, lo que equivale afirmar que en promedio existe un nivel de satisfacción alta en la dimensión capacidad de respuesta de la satisfacción.

Tabla 8. Nivel de satisfacción según indicadores de capacidad de respuesta percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

INDICADORES DE CAPACIDAD DE RESPUESTA	PROMEDIO	NIVEL
El personal le solucionó inmediatamente algún problema o dificultad que usted tuvo	5,6	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)
El tiempo de espera desde su llegada al servicio de Farmacia hasta su atención en ventanilla fue corto	5,6	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)
El personal lo atendió rápido en la dispensación de medicamentos.	5,5	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)
El personal priorizó atenderlo antes que atender asuntos personales	5,5	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)

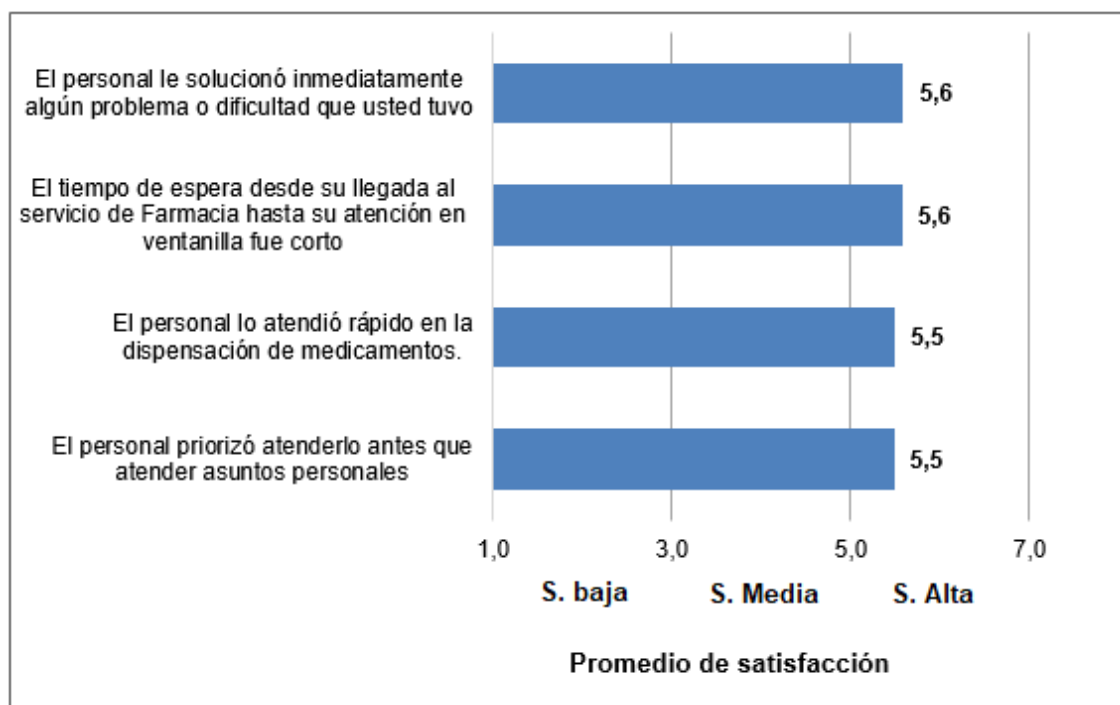


Gráfico 8. Nivel de satisfacción según indicadores de capacidad de respuesta percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

De la tabla 8 y gráfico 8, en relación a la dimensión capacidad de respuesta de la satisfacción, los usuarios perciben un nivel Satisfacción alta sobre la solución inmediata del personal al problema que se presenta, tiempo corto de espera, atención rápida y la priorización de la atención del trabajador antes que sus asuntos personales.

Tabla 9. Nivel de satisfacción en la dimensión de seguridad percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

Seguridad	N°	%
Satisfacción baja (1,00 – 3,00)	0	0,0
Satisfacción media (3,01 – 5,00)	125	32,6
Satisfacción alta (5,01 – 7,00)	258	67,4
Total	383	100,0

$$\bar{x} = 5.42 \quad D.S. = 0.943$$

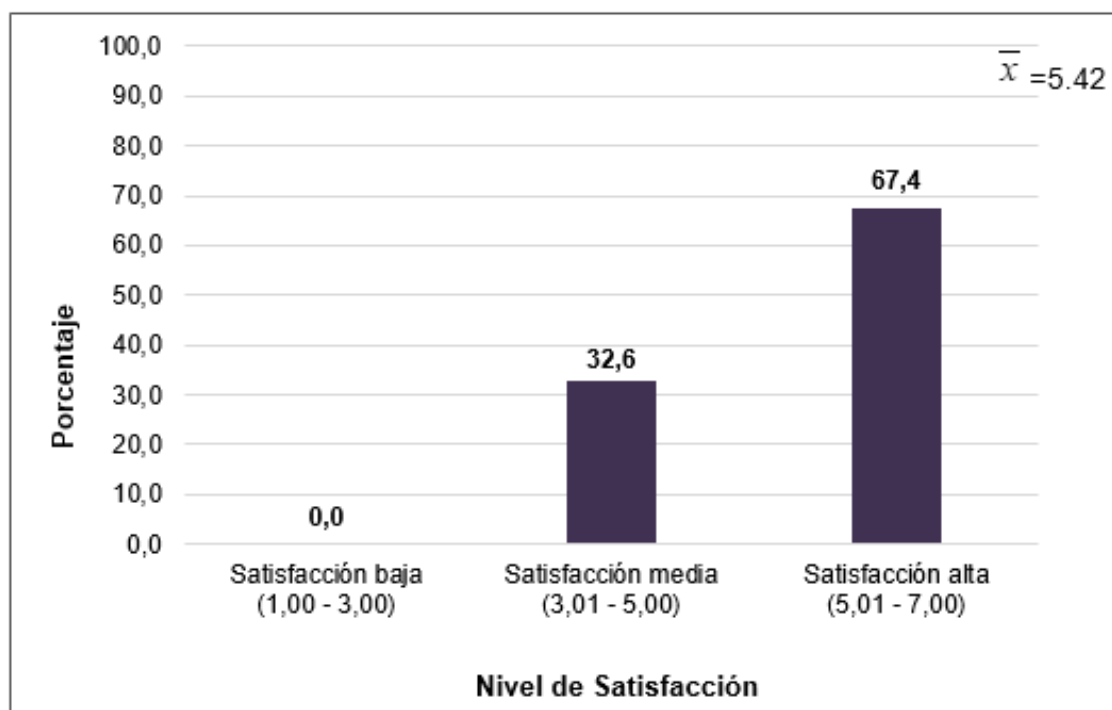


Gráfico 9. Nivel de satisfacción en la dimensión de seguridad percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

De la tabla 9 y gráfico 9, podemos observar que los usuarios atendidos en el mes de diciembre 2016 en la Cadena de Boticas Mifarma ubicadas en la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima, en relación a la dimensión seguridad de la satisfacción, ninguno perciben una atención de nivel Satisfacción baja, 32,6 % nivel satisfacción media y 67,4 % nivel de satisfacción alta.

Presentan una media de 5,42 puntos, lo que equivale afirmar que en promedio existe un nivel de satisfacción alta en la dimensión seguridad de la satisfacción.

Tabla 10. Nivel de satisfacción según indicadores de seguridad percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

INDICADORES DE SEGURIDAD	PROMEDIO	NIVEL
El personal que le atendió le inspiró confianza	5,6	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)
El personal le brindó el tiempo suficiente para contestar sus dudas o preguntas	5,4	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)
El personal respetó su privacidad durante su atención	5,4	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)
El personal revisó minuciosamente su receta médica para atenderlo	5,3	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)

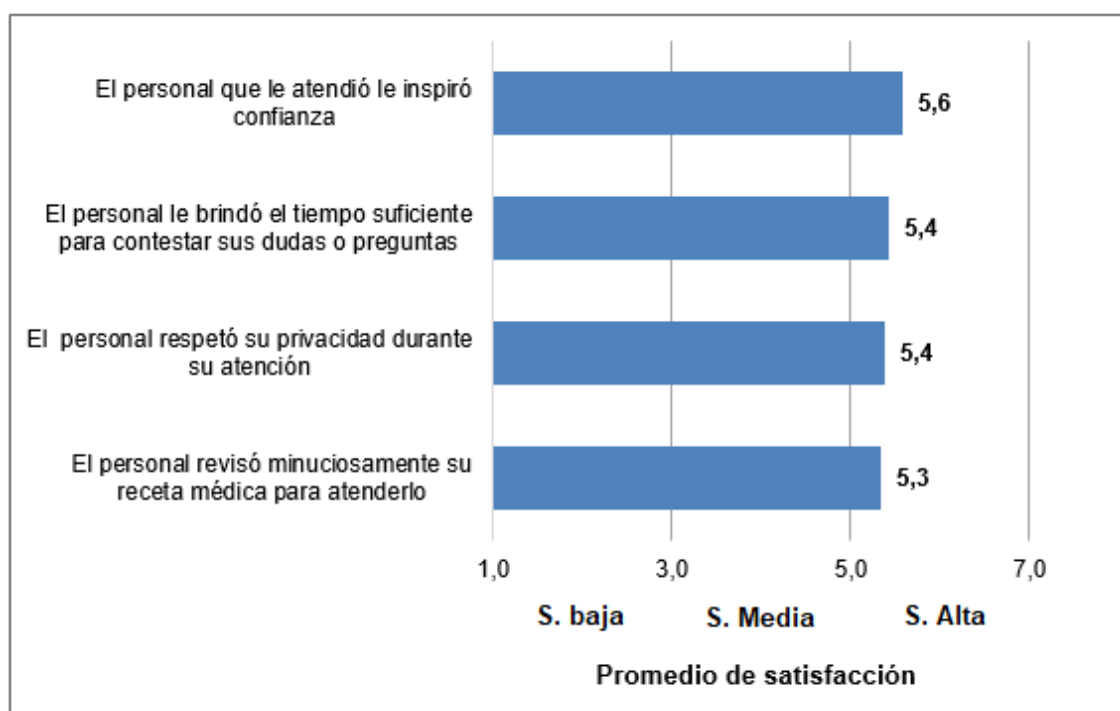


Gráfico 10. Nivel de satisfacción según indicadores de seguridad percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

De la tabla 10 y gráfico 10, en relación a la dimensión seguridad de la satisfacción, los usuarios perciben un nivel Satisfacción alta sobre la confianza que inspira el personal que lo atendió, el tiempo suficiente que brindó el personal para atender sus dudas, respeto a su privacidad durante la atención, revisión minuciosa de la receta para atenderlo.

Tabla 11. Nivel de satisfacción en la dimensión de empatía percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

Empatía	N°	%
Satisfacción baja (1,00 – 3,00)	0	0,0
Satisfacción media (3,01 – 5,00)	133	34,7
Satisfacción alta (5,1 – 7,00)	250	65,3
Total	383	100,0

$\bar{x} = 5,30$ D.S.=0.869

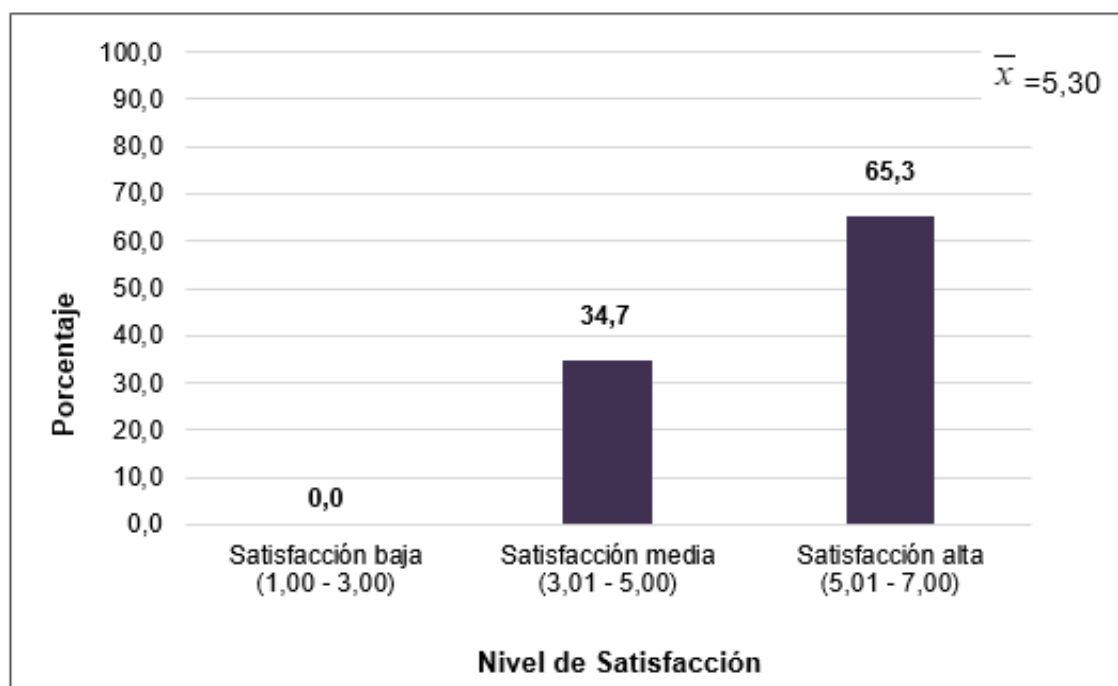


Gráfico 11. Nivel de satisfacción en la dimensión de empatía percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

De la tabla 11 y gráfico 11, podemos observar que los usuarios atendidos en el mes de diciembre 2016 en la Cadena de Boticas Mifarma ubicadas en la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima, en relación a la dimensión empatía de la satisfacción, ninguno perciben una atención de nivel Satisfacción baja, 34,7 % nivel satisfacción media y 65,3 % nivel de satisfacción alta.

Presentan una media de 5,30 puntos, lo que equivale afirmar que en promedio existe un nivel de satisfacción alta en la dimensión empatía de la satisfacción.

Tabla 12. Nivel de satisfacción según indicadores de empatía percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

INDICADORES DE EMPATÍA	PROMEDIO	NIVEL
El personal le brindó un trato amable y respetuoso	5,4	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)
El personal le brindó información útil para su tratamiento	5,3	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)
El personal comprendió su estado emocional durante la atención	5,3	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)
El personal tuvo la capacidad de respetar sus ideas o puntos de vista	5,2	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)
El personal se preocupó por absolver todas sus dudas e inquietudes relacionadas a su tratamiento o uso de medicamentos	5,2	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)

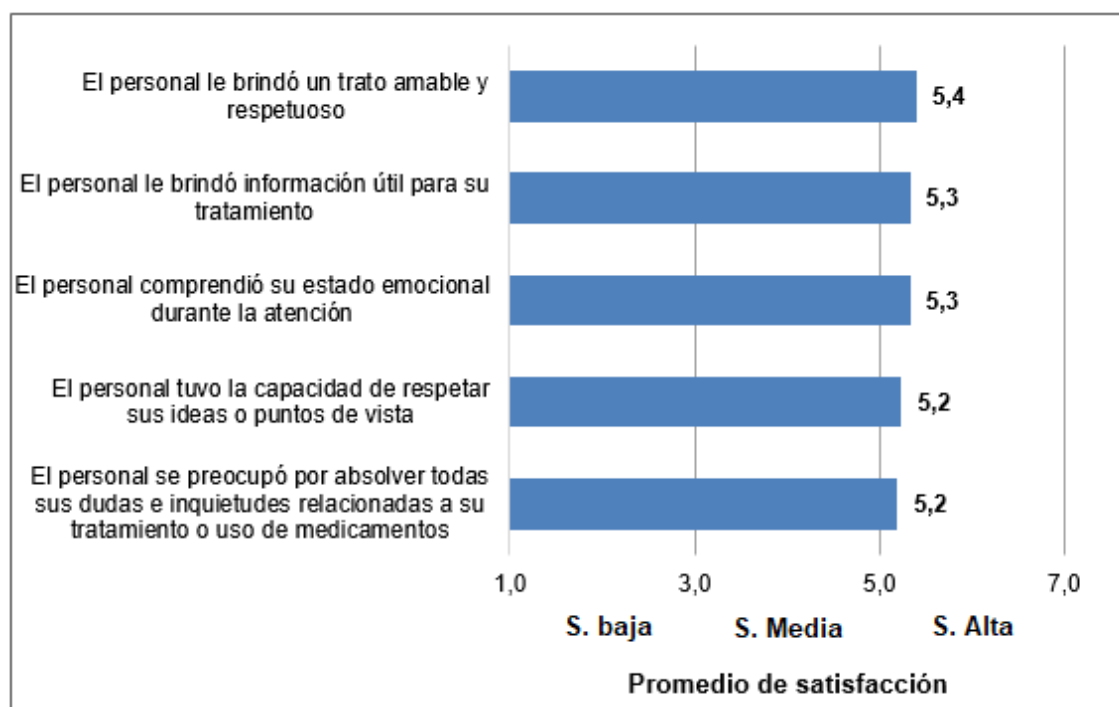


Gráfico 12. Nivel de satisfacción según indicadores de empatía percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

De la tabla 12 y gráfico 12, en relación a la dimensión empatía de la satisfacción, los usuarios perciben un nivel Satisfacción alta sobre el trato amable y respetuoso que brindó el personal, la información útil que le brindó el personal para su tratamiento, la comprensión del personal sobre su estado emocional, capacidad del personal para respetar sus ideas o puntos de vista, la preocupación del personal por absolver todas sus dudas e inquietudes relacionadas al tratamiento o uso de medicamentos.

Tabla 13. Nivel de satisfacción en la dimensión de tangibilidad percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

Tangibilidad	N°	%
Satisfacción baja (1,00 – 3,00)	0	0,0
Satisfacción media (3,01 – 5,00)	129	33,7
Satisfacción alta (5,1 – 7,00)	254	66,3
Total	383	100,0

$\bar{x}=5,48$ D.S.=0.621

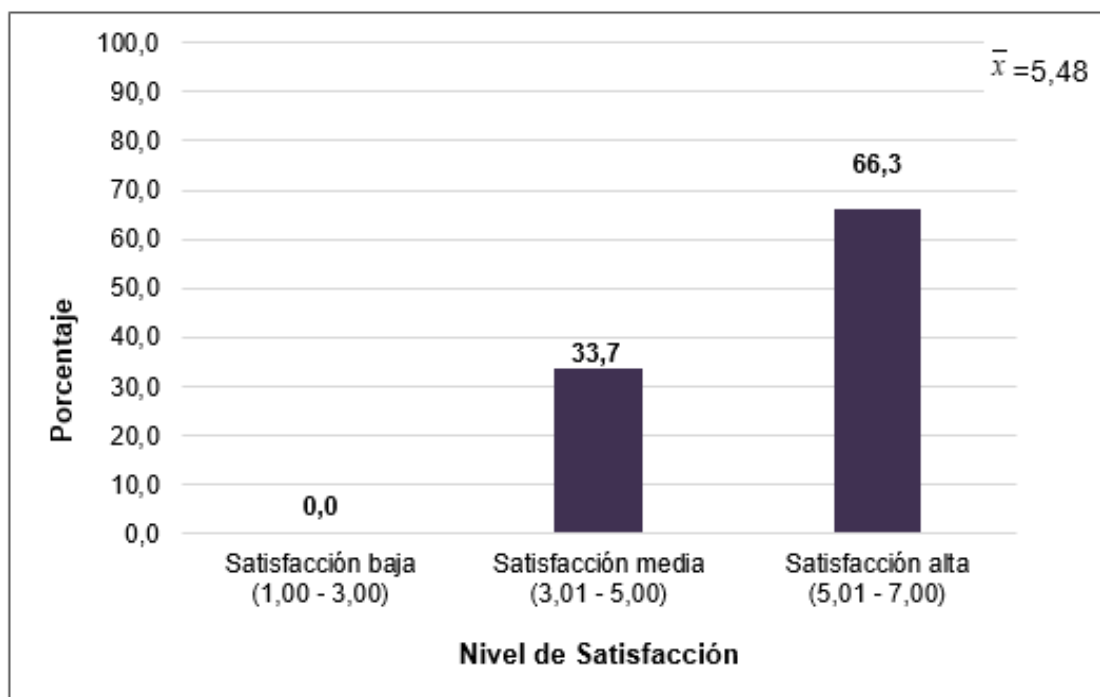


Gráfico 13. Nivel de satisfacción en la dimensión de tangibilidad percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

De la tabla 13 y gráfico 13, podemos observar que los usuarios atendidos en el mes de diciembre 2016 en la Cadena de Boticas Mifarma ubicadas en la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima, en relación a la dimensión tangibilidad de la satisfacción, ninguno perciben una atención de nivel Satisfacción baja, 33,7 % nivel satisfacción media y 66,3 % nivel de satisfacción alta.

Presentan una media de 5,48 puntos, lo que equivale afirmar que en promedio existe un nivel de satisfacción alta en la dimensión tangibilidad de la satisfacción.

Tabla 14. Nivel de satisfacción según indicadores de tangibilidad percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

INDICADORES DE TANGIBILIDAD	PROMEDIO	NIVEL
Los carteles, letreros o flechas del establecimiento para ubicar el Servicio de Farmacia son adecuados	5,9	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)
La presentación personal o apariencia del personal que lo atendió fue adecuada	5,5	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)
Cuenta con ambientes libres para la venta de medicamentos	5,4	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)
Cuenta con un ambiente adecuado para brindarle consulta farmacológica especializada (Dispensación Farmacéutica)	5,1	Satisfacción alta (5,01 – 7,00)

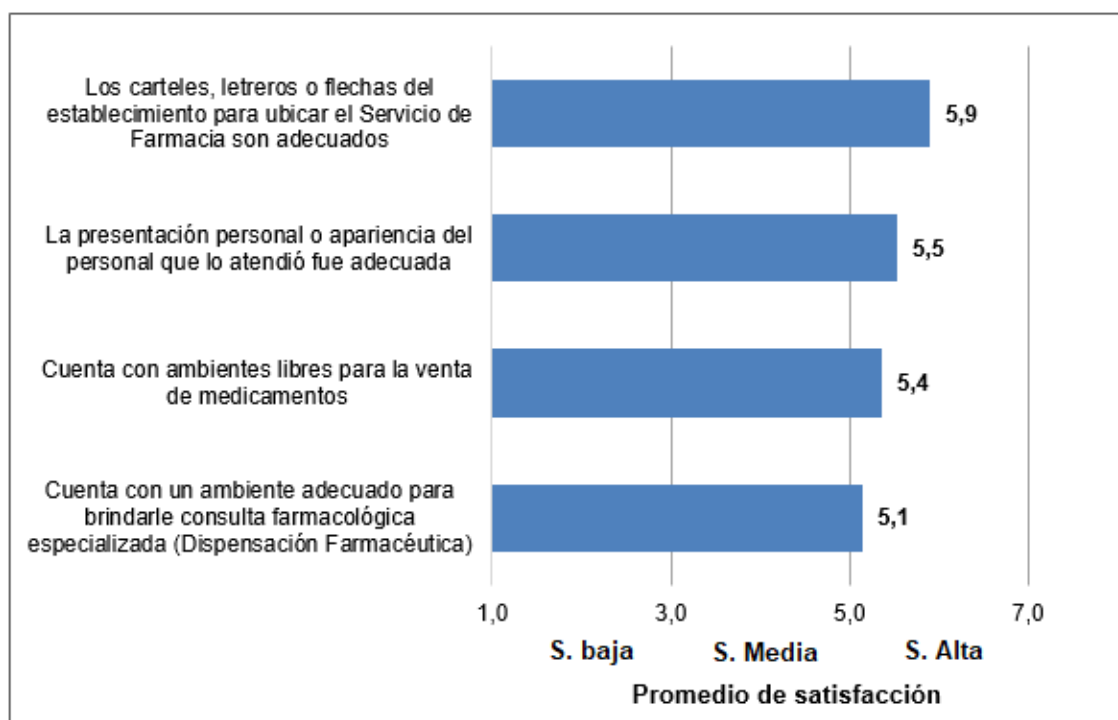


Gráfico 14. Nivel de satisfacción según indicadores de tangibilidad percibido por usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma. Zona 15 de Huaycán, Ate - Lima. Diciembre 2016.

De la tabla 14 y gráfico 14, en relación a la dimensión tangibilidad de la satisfacción, los usuarios perciben un nivel Satisfacción alta sobre el uso de carteles, letreros o flechas del establecimiento para ubicar el Servicio de Farmacia, la presentación del personal que lo atendió, ambientes para el expendio de medicamentos y un ambiente para brindarle consulta farmacológica especializada (Dispensación Farmacéutica).

V. DISCUSION

La investigación realizada nos permitió determinar que los usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima en el año 2016 presentaron un nivel de satisfacción alta de la atención recibida; siendo similar a los resultados hallados por Sánchez, Martí, Recuero, Mejía, Gómez y Barreda⁹ en un hospital de segundo nivel en Cuenca – España (2015), Hernández, Jiménez y Rivera en las Farmacias de San Nicolás en San Salvador¹¹, Anlas y Villalta¹⁶ en la Farmacia de la Clínica Internacional Sede San Borja (2013); siendo mayor que el nivel de satisfacción media hallados por Castellano y González¹² en las Farmacias de Maracaibo - Venezuela (2010), Rojas y Bernaola¹⁴ en el Servicio de Farmacia del Hospital III Suárez - Angamos EsSalud, Lima. (2015) y Huamán y Márquez¹⁷ en el Servicio de Farmacia Central del Hospital Dos de Mayo (2013). Asimismo, mayor que el nivel de satisfacción baja hallados por Marroquín y Rojas¹⁵ en el Servicio de Farmacia – Hospital Guillermo Almenara Irigoyen en Lima (2014).

El nivel de satisfacción alta determinado con una media igual a 5.44 en la dimensión de fiabilidad, esencialmente se da porque los usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma consideran que el personal tiene la habilidad para realizar el servicio prometido; esto se respalda en la percepción de que son atendidos sin cometer errores ni discriminación, respetando su orden de llegada, existencia en stock de los medicamentos que necesitan y por la existencia de mecanismos para presentar alguna queja o reclamo de la atención recibida.

El nivel de satisfacción alta determinado con una media igual a 5.53 en la dimensión de capacidad de respuesta, esencialmente se da porque los usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma consideran que tienen la aptitud o suficiencia para brindar un adecuado servicio farmacéutico; esto se ve

respaldado en el corto tiempo de espera para ser atendidos, atención rápida de sus recetas, priorización para atenderlos antes que sus asuntos personales y la solución inmediata de sus problemas si se presenta durante la atención.

El nivel de satisfacción alta determinado con una media igual a 5.42 en la dimensión de seguridad, esencialmente se da porque los usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma consideran que el personal garantiza brindar el servicio ofrecido; manifestándose en las actitudes que les inspiran confianza, el tiempo suficiente para despejar sus dudas e inquietudes, respeto de su privacidad al atenderlo y revisión minuciosamente de su receta antes de dispensarle los medicamentos requeridos.

El nivel de satisfacción alta determinado con una media igual a 5.30 en la dimensión de empatía, esencialmente se da porque los usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma consideran que el personal tiene la capacidad de sintonía intelectual y emocional con sus usuarios, siendo destacado el trato amable y respetuoso que brindan, comprensión de su estado emocional, respeto de sus ideas y puntos de vista, y además, se preocupan por absolver sus dudas e inquietudes sobre los medicamentos que compran.

El nivel de satisfacción alta determinado con una media igual a 5.48 en la dimensión de tangibilidad, esencialmente se da porque los usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma consideran que tienen los materiales de comunicación necesarios para la ubicación de las boticas, su personal presenta una apariencia impecable, cuenta con ambientes adecuados para el expendio de medicamentos y servicio de dispensación farmacéutica.

VI.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. Existe mayor nivel de satisfacción alta en usuarios de género femenino (75,9 %), nivel de instrucción superior técnico (68,6 %) y en usuarios de tipo continuador (83,1%).
3. Los usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima en el año 2016, presentan en promedio en la dimensión fiabilidad un nivel de satisfacción alta de la atención recibida (5,44 puntos); donde ningún usuario percibe satisfacción baja, 32,9 % satisfacción media y 67,1 % satisfacción alta.
4. Los usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima en el año 2016, presentan en promedio en la dimensión capacidad de respuesta un nivel de satisfacción alta de la atención recibida (5,53 puntos); donde ningún usuario percibe satisfacción baja, 32,4 % satisfacción media y 67,6 % satisfacción alta.
5. Los usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima en el año 2016, presentan en promedio en la dimensión seguridad un nivel de satisfacción alta de la atención recibida (5,42 puntos); donde ningún usuario percibe satisfacción baja, 32,6 % satisfacción media y 67,4 % satisfacción alta.
6. Los usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima en el año 2016, presentan en promedio en la dimensión empatía un nivel de satisfacción alta de la atención recibida

(5,30 puntos); donde ningún usuario percibe satisfacción baja, 34,7 % satisfacción media y 65,3 % satisfacción alta.

7. Los usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima en el año 2016, presentan en promedio en la dimensión tangibilidad un nivel de satisfacción alta de la atención recibida (5,48 puntos); donde ningún usuario percibe satisfacción baja, 33,7 % satisfacción media y 66,3 % satisfacción alta.

VII. RECOMENDACIONES

1. Hacer de conocimiento de la investigación realizada a la Cadena de Boticas Mifarma estudiada, a fin de puedan aprovechar los resultados y accionen en los ámbitos de su competencia.
2. La Cadena de Boticas estudiada, debe considerar capacitar a su personal en el ámbito de actitudes o maneras de ser del trabajador, orientación al usuario y servicio de calidad.
3. Mejorar los ambientes destinados a brindar consulta farmacológica especializada (Dispensación Farmacéutica).

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICA

1. Fernández R. La mejora de la productividad en la pequeña y mediana empresa. España: Editorial Club Universitario; 2010.
2. Corbella A. y Saturno P. La garantía de la calidad en atención primaria de salud. Madrid: Instituto Nacional de Salud, Secretaría General: 397-9. 1990.
3. Rey C. La satisfacción del usuario: Un concepto en alza. En Anales de Documentación, N° 3 Año 2000: Pág. 139 – 153. [Citado 04 Dic 2016]. Disponible en: <http://www.slideshare.net/Marybookie/la-satisfaccion-del-usuario>
4. Dávila R, Tito M. 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.
5. Asua B. Globalización, Sociedad de la Información y Formación en las Organizaciones. Citado por Cejas, Magda. En Visión Gerencial. Año 4. N° 1. Vol 4. Enero – Junio 2005. [Fecha de acceso: 10 Dic 2016]. Disponible en: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/25077/2/articulo2.pdf>
6. Ministerio de Salud. Documento Técnico: Política Nacional de Calidad en Salud. RM N° 727-2009/MINSA. Perú: Chataro E.I.R.L.; 2009.
7. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Encuesta Nacional de Satisfacción de Usuarios del Aseguramiento Universal en Salud, 2014. Perú: Talleres del INEI; 2014.
8. Mifarma. Misión y visión. [Citado 04 Dic 2016]. Disponible en: <http://www.mifarma.com.pe>

9. Sánchez J, Martí C, Recuero L, Mejía M, Gómez M, Barreda D. Satisfacción percibida del Servicio de Farmacia: medición, análisis y mejora. En: Rev. O.F.I.L. 2015, 25;3:137-144. España. Disponible en: <http://www.revistadelaofil.org/wp-content/uploads/2015/08/Original-1.pdf>
10. Aguilera N y Saavedra C. Expectativas y satisfacción de los usuarios de las farmacias en la ciudad de Chillán”. [Tesis para optar título de Ingeniero Comercial]. Chile: Universidad del Bío-Bío; 2013. [Fecha de acceso: 07 Dic 2016]. Disponible en: <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/249/1/Aguielera%20Ortega,%20Natalie.pdf>
11. Hernández PC, Jiménez DJ, Rivera MY. Evaluación de la Calidad del Servicio de Farmacias San Nicolás. Tesis. Universidad Tecnológica de El Salvador. 2012. [Fecha de acceso: 05 Dic 2016]. Disponible en: <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/55418.pdf>
12. Castellano S., González P. Calidad de servicio en farmacias tradicionales y de autoservicio: Estudio de caso. En: Revista Venezolana de Gerencia, vol. 15, núm. 52, octubre-diciembre, 2010, pp. 570-590, Universidad del Zulia – Venezuela. [Fecha de acceso: 06 Dic 2016]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29016182004>
13. Beltrán JA, Seijas YJ. Estudio comparativo de la satisfacción al cliente como ventaja competitiva en farmacias de autoservicio en San Juan de los Morros, Estado Guárico (Caso de farmacia SAAS y farmacia La Coromoto). [Trabajo Final de Grado presentado para optar al título de Licenciados en Administración Comercial]. Venezuela – Universidad Nacional Experimental de los Llanos Centrales – Programa de Administración Comercial; 2008. [Fecha de acceso: 06 Dic 2016] Disponible en:

<http://trabajosdegrado2014.blogspot.pe/2010/12/satisfaccion-al-cliente-en-farmacias.html>

14. Rojas GM, Bernaola NE. Nivel de satisfacción percibida por usuarios del Servicio de Farmacia del Hospital III Suárez- Angamos EsSalud, Lima. Enero 2015. [Tesis para optar el título profesional de Químico Farmacéutico]. Lima – Perú: Universidad Wiener; 2015.
15. Marroquin R, Rojas JB. Calidad de atención al usuario del Servicio de Farmacia – Hospital Guillermo Almenara Irigoyen. Lima, Febrero 2014. [Tesis para optar el título profesional de Químico Farmacéutico]. Lima – Perú: Universidad Wiener; 2014.
16. 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.
17. Huamán F, Márquez RL. Calidad de Atención en el Servicio de Farmacia Central del Hospital Nacional Dos de Mayo. Lima, Perú, 2013. [Tesis para optar el título profesional de Químico Farmacéutico]. Lima – Perú: Universidad Wiener; 2013.
18. Real Academia Española. Calidad. Diccionario de la Lengua Española. [Fecha de acceso: 22 Nov 2016]. Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=6nVpk8P|6nXVL1Z>
19. Koontz, H. y Heinz, W. Administración.- Una perspectiva global. 12^o edición. México: Editorial Mc Graw Hill; 2004.
20. OMS. Carta de Ottawa para la Promoción de la Salud. Conferencia Internacional para la Promoción de la Salud. Ottawa; 1986.
21. OPS / OMS. Manual de Gerencia de la calidad, Wash-USA; 1996.

22. Wong Y, García L, Rodríguez E. Percepción de la calidad de atención de los Servicios de Salud: Perspectiva de los Usuarios, Matagalpa durante Noviembre 2,002. Nicaragua. [Fecha de acceso: 25 Nov 2016] Disponible en: http://www.minsa.gob.ni/bns/tesis_sp/21.pdf
23. Bolaños G, Mongrut U, Morales M, Muñoz E, Sagastegui A, Toribio R. Calidad de atención y satisfacción del usuario en los centros de referencia de enfermedades de transmisión sexual de Lima y Callao. 2009. [Fecha de acceso: 25 Nov 2016]. Disponible en: URL: <http://www.inppares.org/revistasss/Revista%20VII%202009/7-%20Calidad%20Satisfaccion.htm>
24. Real Academia Española. Calidad. Diccionario de la Lengua Española. [Fecha de acceso: 22 Nov 2016]. Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=6nVpk8P|6nXVL1Z>
25. Farris P, Neil T, Phillip E, David J En: Marketing Metrics: The Definitive Guide to Measuring Marketing Performance. 2010. Disponible en: <http://www.customer-alliance.com/es/articulos/la-satisfaccion-del-cliente/>
26. Kotler P. Dirección de Mercadotecnia. 8va Edición. México: Pearson Educación; 2001.
27. Corbella A, Saturno P. La garantía de la calidad en atención primaria de salud. En: Madrid: Instituto Nacional de Salud, Secretaría General: 2000;397-9.
28. Corbella A, Saturno P. Introducción al concepto y dimensiones de la calidad asistencial: cómo empezar. En: Madrid: Instituto Nacional de Salud, Secretaría General: 2002;123-9.
29. Rey C. La satisfacción del usuario: Un concepto en alza. En: Anales de Documentación, Nº 3 Año 2000: Pág. 139 – 153. [Fecha de

- acceso: 18 Nov 2016] Disponible en:
<http://www.slideshare.net/Marybookie/la-satisfaccion-del-usuario>
30. Zelaya R. Estudio de investigación de mercado sobre satisfacción del cliente y preferencia de medios en la ciudad de Arequipa. 2006. [Fecha de acceso: 30 Nov 2016]. Disponible en:
<http://www.monografias.com/trabajos-pdf/satisfaccion-cliente-preferencia-medios-arequipa/satisfaccion-cliente-preferencia-medios-arequipa.pdf>
 31. Thompson I. La satisfacción del cliente. [Fecha de acceso: 28 Nov 2016]. Disponible en:
<http://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>
 32. Cronin, JJ, Taylor SA. SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. En: Journal of Marketing. Vol.58. (January 1994). [Fecha de acceso: 03 Dic 2016] Disponible en:
<http://www.aiteco.com/servperf-una-alternativa-al-servqual/>
 33. Mariños-Masías RM, Rubio-Andrada L, Rodríguez-Antón JM. Análisis de las dimensiones y variables que configuran la calidad de servicio asociada al factor humano. Una aplicación al sector bancario andorrano. [Fecha de acceso: 06 Dic 2016] Disponible en:
http://www.uda.ad/wp-content/uploads/2010/03/analisis_dimensiones.pdf
 34. Ministerio de Salud de México. Definiciones y conceptos fundamentales para la calidad en salud. [Fecha de acceso: 22 de abril 2017]. Disponible en:
http://www.calidad.salud.gob.mx/site/editorial/docs/dgr-editorial_00E.pdf

35. Calidad Integral. ISO 9001 - Calidad. [Fecha de acceso: 28 de abril 2017]. Disponible en: <http://www.calidadintegral.com>
36. 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.
37. Farlex. Satisfacción. The Free Dictionary. [Fecha de acceso: 28 de abril 2017]. Disponible en: <http://es.thefreedictionary.com>
38. Hernández SR, Fernández CC, Baptista LP. Metodología de la Investigación. 6ta. Edición. México. Ed. McGraw Hill Interamericana Editores SA, de CV, México DC; 2010.
39. Hospital de Huaycán. Análisis Situacional de Salud 2015. [Internet]. Vitarte: Unidad Epidemiología y Salud Ambiental, 2015. [Citado 22 Noviembre 2016]. Recuperado de <http://www.hospitalhuaycan.gob.pe/intitucionales/asis/Asis2015.pdf>

ANEXOS

ANEXO N° 1

INSTRUMENTO: SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS ATENDIDOS

Estimado usuario (a), estamos interesados en conocer su opinión sobre la calidad de atención recibida en la Botica Mifarma; sus respuestas son totalmente confidenciales. Por favor, sírvase contestar todas las preguntas.

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

DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO:

- | | | |
|---------------------|-----------------------------|---|
| 1. Sexo | Masculino..... | 1 |
| | Femenino..... | 2 |
| 2. Nivel de estudio | Primaria..... | 1 |
| | Secundaria..... | 2 |
| | Superior Técnico..... | 3 |
| | Superior Universitario..... | 4 |
| 3. Tipo de usuario | Nuevo..... | 1 |
| | Continuador..... | 2 |

Notas: _____

Califique las Percepciones que se refieren a como usted HA RECIBIDO, la atención en el Servicio de Farmacia. Utilice una escala numérica del 1 al 7.

Considere a 1 como la menor calificación y 7 como la mayor calificación.

N°	Afirmaciones	1	2	3	4	5	6	7
<i>En la Botica que acudió a comprar su medicamento:</i>								
1	Usted fue atendido sin discriminación							
2	Usted fue atendido respetando su orden de llegada							
3	Lo atendieron sin cometer errores							
4	Existen mecanismos para presentar alguna queja o reclamo de la atención recibida							
5	Existieron los medicamentos que le recetó su médico							
6	El tiempo de espera desde su llegada al servicio de Farmacia hasta su atención en ventanilla fue corto							
7	El personal lo atendió rápido en la dispensación de medicamentos.							
8	El personal le solucionó inmediatamente algún problema o dificultad que usted tuvo							
9	El personal priorizó atenderlo antes que atender asuntos personales							
10	El personal respetó su privacidad durante su atención							
11	El personal revisó minuciosamente su receta médica para atenderlo							
12	El personal le brindó el tiempo suficiente para contestar sus dudas o preguntas							
13	El personal que le atendió le inspiró confianza							
14	El personal le brindó un trato amable y respetuoso							
15	El personal se preocupó por absolver todas sus dudas e inquietudes relacionadas a su tratamiento o uso de medicamentos							
16	El personal le brindó información útil para su tratamiento							

17	El personal tuvo la capacidad de respetar sus ideas o puntos de vista								
18	El personal comprendió su estado emocional durante la atención								
19	Los carteles, letreros o flechas del establecimiento para ubicar el Servicio de Farmacia son adecuados								
20	La presentación personal o apariencia del personal que lo atendió fue adecuada								
21	Cuenta con ambientes libres para la venta de medicamentos								
22	Cuenta con un ambiente adecuado para brindarle consulta farmacológica especializada (Dispensación Farmacéutica)								

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo N° 02:

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMAS	OBJETIVOS	MARCO TEÓRICO	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS ATENDIDOS EN LA CADENA DE BOTICAS MIFARMA DE LA ZONA 15 DE HUAYCÁN, ATE – LIMA, 2016</p>	<p>PROBLEMA GENERAL:</p> <p>¿Cuál es el nivel de Satisfacción de los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima en el año 2016?.</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</p> <p>-¿ Cuál es el nivel de satisfacción según características demográficas de los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima ?</p> <p>-¿Cuál es el nivel de satisfacción en el aspecto de fiabilidad percibida por los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima?</p>	<p>GENERAL:</p> <p>Establecer el nivel de Satisfacción de los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima en el año 2016.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <p>1) Determinar el nivel de satisfacción según características demográficas de los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima.</p> <p>2) Determinar el nivel de satisfacción en el aspecto de fiabilidad percibida por los usuarios atendidos en la</p>	<p>Antecedentes de la investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rojas y Bernaola (2015) “Nivel de Satisfacción percibida por usuarios del Servicio de Farmacia del Hospital III Suárez - Angamos EsSalud, Lima. Enero 2015”, - Marroquín y Rojas (2014) “Calidad de atención al usuario del Servicio de Farmacia – Hospital Guillermo Almenara Irigoyen. Lima, Febrero 2014” - Huamán y Márquez (2013) “Calidad de Atención en el Servicio de Farmacia Central del Hospital Nacional Dos de Mayo. Lima, Perú, 2013” - Anlas y Villalta (2013) “Satisfacción del Cliente en la Atención del Servicio de Farmacia en la Clínica Internacional Sede San Borja 2013”. 	<p>Los usuarios de la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima en el año 2016 presentan un nivel de satisfacción alta de la atención recibida</p>	<p>Variable de estudio (Y) :</p> <p>Satisfacción de los usuarios</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fiabilidad, - Capacidad de Respuesta - Seguridad - Empatía - Tangibilidad 	<p>Tipo de Investigación:</p> <p>Descriptivo y observacional</p> <p>Población y muestra</p> <p>Población: 120,599 Muestra: 383</p> <p>Método de Investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hipotético – Deductivo - Descriptivo - Encuesta <p>Técnica e Instrumento:</p> <p>Encuesta – Cuestionario</p>

	<p>-¿Cuál es el nivel de satisfacción en el aspecto de la capacidad de respuesta percibida por los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima?</p> <p>-¿Cuál es el nivel de satisfacción en el aspecto de seguridad por los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima?</p> <p>-¿Cuál es el nivel de satisfacción en el aspecto de empatía percibida por los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima?</p> <p>-¿Cuál es el nivel de satisfacción en el aspecto de Tangibilidad percibida por los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima?</p>	<p>Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima.</p> <p>3) Determinar el nivel de satisfacción en el aspecto de la capacidad de respuesta percibida por los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima.</p> <p>4) Determinar el nivel de satisfacción en el aspecto de seguridad por los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima.</p> <p>5) Determinar el nivel de satisfacción en el aspecto de empatía percibida por los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima.</p> <p>6) Determinar el nivel de satisfacción en el aspecto de Tangibilidad percibida por los usuarios atendidos en la Cadena de Boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima.</p>	<p>Teorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Calidad de atención - Satisfacción del usuario - Modelo SERVPERF 			
--	--	---	---	--	--	--