

**NOMBRE DEL TRABAJO:**

CONOCIMIENTO DEL USO DEL PAICO “CHENOPODIUM AMBROSIOIDES”, COMO ANTIPARASITARIO POR COMERCIANTES DEL MERCADO SANTA JUANA JULIACA-2023

**Asesor:**

- Dr. Ayala Picoaga, Vicente Manuel

**Autores:**

- Bach. Aquino Taco, Yessica Salome
- Bach. Garcia Huamani, Elizabeth Gabriela

**RESUMEN DE SOFTWARE DE DETECCIÓN DE SIMILITUD**

Reporte de similitud

---

NOMBRE DEL TRABAJO  
**3 TESIS - AQUINO Y CUTIPA.docx**

---

<p>RECuento DE PALABRAS <b>14234 Words</b></p>	<p>RECuento DE CARACTERES <b>78301 Characters</b></p>
<p>RECuento DE PÁGINAS <b>70 Pages</b></p>	<p>TAMAÑO DEL ARCHIVO <b>1.2MB</b></p>
<p>FECHA DE ENTREGA <b>Feb 14, 2024 9:28 AM GMT-5</b></p>	<p>FECHA DEL INFORME <b>Feb 14, 2024 9:29 AM GMT-5</b></p>

---

**● 4% de similitud general**

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

<ul style="list-style-type: none"><li>• 4% Base de datos de Internet</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 0% Base de datos de publicaciones</li></ul>
--	---

**● Excluir del Reporte de Similitud**

<ul style="list-style-type: none"><li>• Material bibliográfico</li><li>• Material citado</li><li>• Bloques de texto excluidos manualmente</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Material citado</li><li>• Coincidencia baja (menos de 20 palabras)</li></ul>
---	--



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS FARMACÉUTICAS Y  
BIOQUÍMICA**

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE  
LA FARMACIA DEL CENTRO DE SALUD GUADALUPE, JULIACA -  
PUNO, 2023**

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

**AUTORES**

Bach. Aquino Mendoza, keysi Lisbet  
Bach. Cutipa Callohuanca, Max Meyer

**ASESOR**

Dr. Ayala Picoaga, Vicente Manuel

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Salud Pública

**HUANCAYO- PERÚ  
2023**

## **DEDICATORIA**

A mis padres por su apoyo incondicional y por sus sabios consejos que me brindan, ustedes son mi motivación para seguir cumpliendo mis metas, objetivos. Soy consciente de todo el esfuerzo que hicieron por mí y por mis hermanos, por ello me comprometo a dar todo de mí. Ser una persona de bien, así mismo en el ámbito profesional.

**KEYSI LISBET AQUINO MENDOZA.**

## **DEDICATORIA:**

A Dios por darme la fuerza necesaria para lograr este objetivo en mi vida profesional.

A mi querida madre Alicia Callohuanca Callohuanca por su apoyo incondicional en todo momento, consejos, oportunidad y recursos para lograrlo. Tu bendición a diario a lo largo de mi vida me protege y me lleva por el camino del bien.

**MAX MEYER CUTIPA CALLOHUANCA**

## **AGRADECIMIENTOS**

Primeramente, agradecer Dios por darnos las fuerzas necesarias por darnos las fuerzas y sabiduría necesaria, por guiarnos en el camino de lo prudente.

Agradecer a la universidad La Universidad Privada de Huancayo Franklin Roosevelt por abrirnos las puertas y brindarnos la oportunidad de avanzar en nuestra carrera profesional

También agradecer a nuestro asesor de tesis, por ser nuestro mentor, por su esfuerzo y dedicación para que fuera posible este logro.

## **JURADO DE SUSTENTACIÓN**

### **PRESIDENTE:**

Dr. Ayala Picoaga Vicente Manuel

### **SECRETARIO:**

Mg. Padilla Huali Trilce Evelyn

### **VOCAL:**

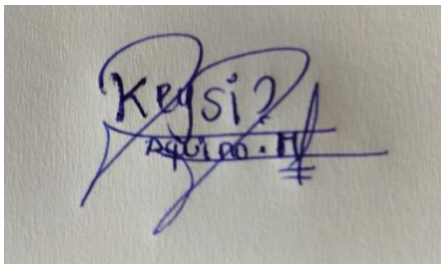
Mg. Lahuana Cisneros Deysi

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Aquino Mendoza Keysi Lisbet de nacionalidad peruana, identificado con DNI N° 77812349, de la universidad privada de Huancayo Franklin Roosevelt, bachiller en farmacia y bioquímica, autor de la tesis titulada: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA FARMACIA DEL CENTRO DE SALUD GUADALUPE, JULIACA - PUNO, 2023.

DECLARO BAJO JURAMENTO:

QUE TODA LA INFORMACION PRESENTADA ES AUTENTICA Y VERAZ, siendo resultado de esfuerzo personal, que no ha sido copiado, sin mencionar de forma clara y exacta su origen o autor; en este sentido somos conscientes de que el hecho de no respetar los derechos de autor y hacer plagio son objeto de sanciones universitarias y/o legales.

A photograph of a handwritten signature in blue ink on a light-colored surface. The signature is stylized and includes the name 'Keysi?' and 'Aquino' below it.

-----  
AQUINO MENDOZA KEYSI LISBET



-----  
HUELLA DIGITAL

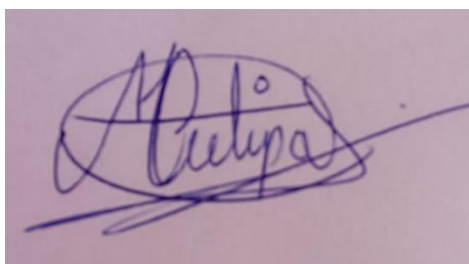
Huancayo, 28 de diciembre del 2023.

**DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD:**

Yo, Cutipa Callohuanca, Max Meyer de nacionalidad peruana, identificado con DNI N° 46751990, de la universidad privada de Huancayo Franklin Roosevelt, bachiller en farmacia y bioquímica, autor de la tesis titulada: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA FARMACIA DEL CENTRO DE SALUD GUADALUPE, JULIACA - PUNO, 2023.

DECLARO BAJO JURAMENTO:

QUE TODA LA INFORMACION PRESENTADA ES AUTENTICA Y VERAZ, siendo resultado de esfuerzo personal, que no ha sido copiado, sin mencionar de forma clara y exacta su origen o autor; en este sentido somos conscientes de que el hecho de no respetar los derechos de autor y hacer plagio son objeto de sanciones universitarias y/o legales.



-----  
CUTIPA CALLOHUANCA MAX MEYER



-----  
HUELLA DIGITAL

Huancayo, 28 de diciembre del 2023.



## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b>	3
<b>AGRADECIMIENTOS</b>	3
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD</b>	7
<b>ÍNDICE</b>	9
<b>RESUMEN</b>	10
<b>ABSTRACT</b>	11
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	1
<b>II. MÉTODO</b>	14
2.1. Tipo y diseño de investigación	14
2.2. Escenario de estudio	14
2.3. Participantes	14
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	15
2.5. Procedimiento	16
2.6. Método de análisis de información	16
2.7. Aspectos éticos	16
<b>III. RESULTADOS</b>	18
<b>3.1. Objetivo General</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>3.2. Objetivo específico 1</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>3.3. Objetivo específico 2</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>3.4. Objetivo específico 3</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>3.5. Objetivo específico 4</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>3.6. Objetivo específico 5</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>IV. DISCUSIÓN</b>	28
<b>V. CONCLUSIONES</b>	31
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	32
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	33
<b>ANEXOS</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexo 03	39
Operacionalización de la variable	39

## **RESUMEN**

La presente investigación propuso como objetivo identificar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023.

Mediante la metodología de investigación fue de tipo básico, nivel correlacional, diseño no experimental, descriptivo, transversal; su muestra estuvo conformada por 378 usuarios. La técnica utilizada fue la encuesta y para el análisis de datos se usó el programa SPSS v21, y el estadístico coeficiente de correlación de Spearman para contrastar las hipótesis.

Los resultados revelaron que la calidad de servicio y la satisfacción del cliente se relacionan estadísticamente significativa ( $p=0.000$ ) y presentan un nivel de correlación directo bajo. Respecto a sus dimensiones: fiabilidad, tangibles, empatía y capacidad de respuesta, sí se relacionaban con la satisfacción del cliente ( $\text{Sig} < 0.05$ ). Sin embargo, la dimensión seguridad no mostró relación significativa ( $p=0.254$ ).

Finalmente, se llegó a la conclusión que mientras exista calidad de atención, ésta será directamente proporcional con la satisfacción del cliente.

**Palabras clave:** Calidad de servicio, satisfacción del cliente

## **ABSTRACT**

The objective of this research was to identify the relationship that exists between the quality of service and the satisfaction of users of the Pharmacy of the Guadalupe Health Center, Juliaca - Puno, 2023.

The research methodology was basic, correlational level, non-experimental, descriptive, transversal design; Their sample was made up of 378 users. The technique used was the survey and the SPSS v21 program was used for data analysis, and the Spearman correlation coefficient statistic was used to contrast the hypotheses.

The results revealed that service quality and customer satisfaction are statistically significantly related ( $p=0.000$ ) and present a low direct correlation level. Regarding its dimensions, tangible elements, reliability, responsiveness, and empathy were related to customer satisfaction ( $\text{Sig} < 0.05$ ). However, the security dimension did not show a significant relationship ( $p=0.254$ ).

Finally, it was concluded that as long as there is quality of care, it will be directly proportional to customer satisfaction.

**Keywords:** Service quality, customer satisfaction



RICHARD TORRES ROMERO  
ENGLISH TEACHER

## I. INTRODUCCIÓN

La calidad de servicio representa un desafío crucial en el ámbito de la salud y garantizar que los servicios de atención médica sean eficientes, efectivos y satisfactorios para los pacientes se ha convertido en una tarea fundamental. Los avances tecnológicos, las expectativas cambiantes de los pacientes y la creciente complejidad de la atención médica exigen un enfoque más riguroso en la mejora constante de la calidad de servicio en el sector salud (1).

A lo largo de los años, el término "calidad" ha experimentado una evolución significativa en su concepción y aplicación. En sus inicios, la noción de calidad estaba relacionada principalmente con la conformidad de un producto o servicio con estándares establecidos. Sin embargo, con el tiempo, este enfoque se amplió para abarcar aspectos más complejos y multidimensionales (2).

En el ámbito de los servicios, la evolución de dicho término fue aún más notoria. Pasó de la simple conformidad con estándares a la consideración de la experiencia del cliente. La calidad de servicio comenzó a abarcar factores intangibles como la empatía, la rapidez y la personalización de la atención. El enfoque cambió de la producción de bienes a la satisfacción del usuario como medida primordial (3).

La evaluación de la satisfacción del usuario en salud implica recopilar información directa de sus experiencias con la atención médica y otros servicios como en este caso, el de Farmacia.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) refiere que, al implementar las estrategias recomendadas, como: atención personalizada, comunicación efectiva, tiempos de espera reducidos, ambientes agradables y un enfoque continuo en la mejora basada en la retroalimentación de los pacientes, las instituciones de salud pueden mejorar la calidad de servicio y, en consecuencia, aumentar la satisfacción de los clientes. Cabe resaltar que, al trabajar en conjunto, estas prácticas garantizarían que los pacientes se sientan valorados y respetados, lo que en última instancia se traducirá en una experiencia de atención médica más positiva y satisfactoria (4).

En el Perú, el MINSA (Ministerio Nacional de Salud) ha estado promoviendo esfuerzos para mejorar la calidad de los servicios de salud tanto de forma directa como a través de diferentes acuerdos. Estas acciones han sido llevadas a cabo principalmente por los profesionales y equipos de atención médica del sector de la salud. (5).

En este marco, en los últimos años la Dirección de Calidad en salud ha dado mayor impulso al Sistema de Gestión de la Calidad en Salud (MINSa / DGSP – V. 04) por medio de lineamientos, directiva, auditorías y propuestas como Estándares de Calidad para Establecimientos del Primer Nivel de Atención, Pautas para el manejo de Proyectos de Mejora, Encuesta de satisfacción del usuario con su correspondiente.

El Centro de Salud Guadalupe, situado en el distrito de Juliaca y bajo la jurisdicción de la Dirección de Salud DISA Puno, ostenta la categoría I-3. Su misión es salvaguardar la dignidad de los individuos, fomentar la salud, prevenir enfermedades y garantizar atención médica integral a los residentes de San Román. Esto se logra al ofrecer y guiar la implementación de políticas de salud en colaboración con diversos sectores y actores sociales (6).

Aunque el enfoque principal del Centro de Salud Guadalupe es el bienestar humano, el establecimiento enfrenta limitaciones. Operando en un local alquilado, carece de una infraestructura propia que pueda acomodar de manera adecuada a los numerosos usuarios. La situación se agrava durante la temporada de lluvias, cuando se presentan goteras y condiciones de hacinamiento. A pesar de su relevancia, la construcción del establecimiento ha sido una solicitud pendiente por parte de líderes del sector durante la última década (7).

Los individuos tratados en el Centro de Salud Guadalupe son en su mayoría casos del régimen subsidiado, se requiere atención sensible y profesional, siguiendo normativas y manuales. En este sentido, evaluar el servicio en el área de Farmacia ayudará a detectar áreas de mejora y tomar medidas para ofrecer una atención eficiente y respetuosa, garantizando la salud de los pacientes.

Lo mencionado anteriormente constituye una clara manifestación de la situación problemática vigente en las farmacias en lo que respecta a la percepción de los usuarios, lo cual ejerce un impacto negativo tanto en su satisfacción como en la calidad de la asistencia que reciben. El propósito del presente estudio es arrojar luz sobre la realidad actual, y basándose en este panorama, desarrollar estrategias de mejora y evaluación que conduzcan a la optimización de todos los servicios farmacéuticos. En consecuencia, se busca considerar los resultados obtenidos en esta investigación para la implementación de medidas que favorezcan un ambiente más satisfactorio y eficaz para los usuarios.

Todo lo descrito, motivó a realizar el actual estudio que tiene como finalidad identificar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023

Se exponen investigaciones llevadas a cabo en diversas ubicaciones y que guardan relación con el estudio en cuestión, incluyendo:

A continuación, procedemos a exponer los antecedentes nacionales:

En Lima **Hinostrza**, A (2022) realizó una investigación con el propósito de determinar la conexión entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el departamento de Farmacia del Hospital Santa Rosa. Utilizó una metodología básica, con enfoque cuantitativo, asimismo se encuestaron 89 usuarios con instrumentos como el Cuestionario de Servqual y de Satisfacción del usuario. Como resultado se obtuvo que el 46.1% percibió una calidad de servicio media y el 49.4% se sintió satisfecho. Las conclusiones indicaron una relación directa entre calidad de servicio y satisfacción del usuario, así como con las dimensiones tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía (8).

En Lima **Santillán**, C (2022) efectuaron una investigación con el propósito de describir la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la Farmacia Ambulatoria de una Institución Pública. Con enfoque aplicado, diseño no experimental y enfoque cuantitativo, se encuestaron 75 usuarios de forma no probabilística. Además, se utilizó un cuestionario de 20 preguntas y se confirmó que la calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario. Estos resultados destacan la relación positiva entre mejor calidad de servicio y mayor satisfacción del usuario (9).

En Apurímac **Quispe & Zevallos** (2022) llevaron a cabo una investigación con el propósito de examinar el impacto de la calidad del servicio en la satisfacción del usuario durante la entrega de productos farmacéuticos en la Botica Farmacom C&G. Utilizando un enfoque descriptivo de corte transversal y diseño no experimental, se encuestaron 92 personas, establecidas mediante la fórmula para poblaciones infinitas. Los resultados indicaron que el 56.5% de los usuarios considera excelente la calidad del servicio y el 43.5% la percibe como buena. La investigación concluye que la calidad del servicio tiene una influencia relativa en la satisfacción del usuario en la Botica Farmacom C&G (10).

En Jauja **Armas & Chávez**. (2021) efectuaron una investigación para examinar la conexión entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la Farmacia del Hospital Domingo

Olavegoya. El estudio descriptivo, tuvo como muestra a 86 usuarios, al cual se les aplicó un cuestionario. En cuanto a los resultados se demostró una correlación significativa mostrando que mayor calidad de servicio se relaciona con mayor satisfacción del usuario (11).

En Lima **Barrionuevo** et al. (2021) se investigó la relación entre la entrega de medicamentos y la satisfacción de los clientes en farmacias ubicadas en el distrito de Santiago de Surco. El estudio encuestó a 800 clientes y utilizó una metodología correlacional no experimental. Los resultados indicaron que los clientes están altamente satisfechos con varios aspectos, como la limpieza, el orden, la iluminación, la ventilación, la vestimenta del personal, la disposición para responder preguntas, el trato amable y eficiente, la rapidez en el servicio, la información sobre medicamentos, la confianza en el personal, la empatía en la atención al usuario y la satisfacción de sus expectativas en la farmacia. En resumen, la mayoría de los encuestados expresaron un alto grado de satisfacción en múltiples áreas relacionadas con la farmacia (12).

En La Libertad **Mestanza**, M (2021) ejecutaron un estudio con el propósito de establecer la relación entre la calidad del servicio de distribución de productos farmacéuticos y la satisfacción del usuario. durante la pandemia en el Hospital Viru". Se utilizó un enfoque descriptivo correlacional, encuestando a 134 usuarios con cuestionarios PECASSUS y SERVQUAL. Como resultado se mostró que la calidad del servicio durante la pandemia era mayormente media (50,7%). Además, los usuarios estaban poco satisfechos en general (59,7%). La investigación concluyó que existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en general, así como en cada dimensión evaluada en el Hospital de Virú durante la pandemia de 2020 (13).

En Trujillo **Chávez**, L (2020) se buscó analizar la calidad de la atención y el grado de satisfacción de los pacientes en el servicio de farmacia del Hospital El Esfuerzo. El enfoque utilizado en la investigación fue cuantitativo, y se implementó un diseño descriptivo y correlacional. La muestra constó de 286 usuarios seleccionados al azar de una población de 1123. Los resultados señalaron que la satisfacción de los usuarios se relaciona con una evaluación positiva de la calidad del servicio en todas sus dimensiones, incluyendo fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad (14).

En La Libertad **Valle**, B (2020) efectuaron un estudio con el propósito de establecer la conexión entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario durante la entrega de productos farmacéuticos en el Centro de Salud Paiján. La investigación fue descriptiva correlacional de diseño transversal, el cual incluyó a 149 usuarios. Además, se aplicaron cuestionarios

PECASUSS para evaluar la calidad del servicio y Servqual (P-E) para medir la satisfacción en cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad. Como resultado se mostró que la calidad del servicio se percibió como regular (57.7%), y la satisfacción general con la atención fue poco satisfactoria (67.1%). Asimismo, la satisfacción con las diversas dimensiones también fue mayormente baja (66.8% a 67.1%). Se concluyó que existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario tanto a nivel general como en las dimensiones específicas (15).

En Piura **López, T** (2020) investigó en su estudio si existía una conexión entre la aplicación de las Buenas Prácticas de Dispensación (BPD) y la satisfacción de los pacientes externos en el Servicio de Farmacia del Hospital de Paita. La muestra incluye a 92 usuarios y al personal de la Farmacia. Se utilizó un enfoque observacional, descriptivo y transversal, mediante encuestas de 30 ítems para el personal y 15 ítems para los usuarios externos. Como resultado se constató que el 71.74% de los Usuarios Externos se sienten satisfechos, respecto las encuestas dirigidas al personal del Servicio de Farmacia, se reveló que el 80% cumple con las Buenas Prácticas de Dispensación (BPD). Por último, se concluye que existe una relación entre ambos aspectos (16).

#### Antecedentes Internacionales

En Colombia **Hernández & Montiel** (2023) realizaron un estudio con el objetivo de “evaluar la satisfacción de los usuarios en la IPS CAG Unidos por la Salud al recibir servicios farmacéuticos”. La metodología fue observacional y analítica. Como resultado se mostró que el 69% de los usuarios manifestaron buena la asesoría, el 73% indicaron que el tiempo fue bueno para la espera de la entrega del medicamento, el 87% de los usuarios identifican buena la información brindada, el 78% de los usuarios identifican que la calidad en la atención fue buena, por último, el 58% de los usuarios consideran que se le prestó un buen servicio (17).

En Ecuador **Vásquez & Huacón** (2021) el estudio evaluó la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en farmacias del sector suroeste de Guayaquil. Destaca que la calidad del servicio es crucial para la competitividad empresarial y propone el uso del modelo SERVQUAL. La metodología empleada fue el enfoque hipotético-deductivo con una muestra de 384 encuestas. Los hallazgos revelaron una satisfacción del 88% entre los clientes. Así se determinó el nivel de satisfacción de los clientes en relación con las farmacias del sector suroeste de Guayaquil (18).



En Alemania **Guhl** et al. (2019) se buscó examinar la percepción del valor por parte de los clientes en el mercado de medicamentos recetados, considerando diversos aspectos de la calidad del servicio. Además, se elaboró un modelo que describe la relación entre los diferentes elementos del servicio y el valor percibido por los clientes. Se usaron datos de 289 entrevistas en los últimos seis meses. Como resultados se obtuvo que los aspectos interacción personal (coeficiente ruta: 0,31), aspecto físico (0,12), política de tienda (0,24) y disponibilidad (0,1) afectan positivamente el valor percibido; la consulta y fiabilidad no influyen significativamente. También se observa interdependencia positiva entre valor percibido, satisfacción (0,75) y lealtad (0,71). El estudio concluyó que las farmacias pueden mejorar satisfacción y lealtad al considerar la perspectiva y elementos de servicio relevantes, siendo la interacción personal esencial para mejorar el beneficio (19).

En relación a las teorías y enfoques conceptuales que delimitan este estudio, a continuación, se expondrá:

### **Calidad de servicio**

Según la Organización Panamericana de la Salud, la calidad del servicio se define como la atención enfocada en individuos, familias y comunidades, con atributos que incluyen niveles óptimos de seguridad, eficacia, prontitud, eficiencia y acceso equitativo (20)

Asimismo, la WHO la define como efectividad de los servicios de salud en lograr resultados deseados y basados en evidencia, respetando conocimientos profesionales. Además, refiere que la calidad de la atención incluye promoción, prevención, tratamiento, rehabilitación y considera que la mejora constante de la calidad de atención se logra mediante la provisión de servicios respaldados por evidencia, que consideran las necesidades y preferencias de los usuarios, permitiendo así su medición y avance continuo (21)

Es importante mencionar que el modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry, destaca la importancia de comparar las expectativas previas del cliente con sus percepciones posteriores para medir la calidad percibida (22). Por otro lado, la teoría de Kano enfatiza que diferentes atributos del servicio tienen impactos distintos en la satisfacción del cliente, promoviendo un entendimiento profundo de las expectativas y emociones del consumidor (22).

En este sentido, la experiencia del cliente emerge como un eje central, impulsando el diseño de estrategias que creen vínculos emocionales y memorables. El enfoque de gestión de relaciones

con el cliente (CRM) se alinea con este paradigma, abogando por la construcción y mantenimiento de relaciones sólidas a largo plazo, basadas en una comprensión profunda de las necesidades individuales y la personalización del servicio (23).

La calidad de servicio se distingue por una serie de atributos fundamentales que definen una experiencia positiva y satisfactoria para los clientes. Estos elementos abarcan desde la eficacia y precisión en la resolución de necesidades y problemas, hasta la empatía y la comunicación efectiva que demuestran un genuino interés en comprender y atender las inquietudes del cliente. La disponibilidad y accesibilidad a los servicios, así como la consistencia en la prestación de atención a lo largo del tiempo, también son aspectos esenciales de la calidad de atención (24).

Por último, la calidad de servicio se manifiesta a través de la capacidad de generar confianza, respetar la privacidad, y proporcionar soluciones personalizadas y efectivas que se traduzcan en la satisfacción y fidelización del cliente (25).

### **Calidad de servicio en farmacias**

La calidad de servicio en farmacias se refiere a la excelencia en la prestación de servicios a los clientes, abarcando aspectos como la atención al cliente, la dispensación de medicamentos, la disponibilidad de productos, la información proporcionada, la rapidez en la atención y la satisfacción general del usuario (26).

En este sentido, implica brindar un trato amable y respetuoso, garantizar la seguridad y confiabilidad en la dispensación de medicamentos, ofrecer asesoramiento adecuado sobre los productos, mantener una comunicación clara y efectiva, y asegurarse de que el cliente se sienta valorado y atendido de manera eficiente (27).

Ahora bien, la concepción de Donabedian en este aspecto se basa en su famoso modelo de evaluación de la calidad en la atención médica, conocido como la "trilogía" de Donabedian, que incluye tres componentes interrelacionados: estructura, proceso y resultado (28).

Parasuraman y su equipo de colaboradores, en su influyente estudio de 1991, introdujeron un marco conceptual que revolucionó la comprensión de la calidad del servicio. Este marco, conocido como el modelo SERVQUAL, identifica cinco dimensiones clave para evaluar la calidad del servicio: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Cada una de estas dimensiones desempeña un papel crucial en la percepción que los clientes tienen

de la calidad de un servicio y se ha convertido en un punto de referencia fundamental en la gestión de la calidad del servicio en una amplia gama de industrias y sectores (29).

A continuación, se conceptualizan las dimensiones según el modelo SERVQUAL (22):

### **Fiabilidad**

Se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, el personal que atiende presenta interés al atender y resolver dudas de los usuarios, atiende de manera oportuna sin cometer errores.

### **Tangibilidad**

Esta dimensión abarca el aspecto físico de las instalaciones, el personal, el equipamiento y cualquier elemento visual de comunicación. Incluye elementos como la apariencia de las instalaciones, la presentación del personal, la limpieza, la comodidad y la calidad de los materiales utilizados para brindar el servicio. La tangibilidad tiende a influir en la percepción general del servicio por parte de los clientes, ya que crean una impresión inicial sobre la credibilidad y la profesionalidad de la empresa.

### **Capacidad de respuesta**

Esta dimensión se refiere a la disposición y la voluntad del personal de la empresa para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido. Implica la disposición del personal para atender las necesidades de los clientes de manera oportuna y efectiva, así como para proporcionar asistencia y soluciones rápidas a cualquier problema o consulta que pueda surgir durante el servicio. La capacidad de respuesta se refiere a la agilidad y prontitud con la que se abordan las necesidades y preocupaciones de los clientes.

### **Seguridad**

La seguridad se refiere a la protección que la empresa brinda a sus clientes y sus datos. Implica la protección de los clientes contra riesgos físicos, financieros y de otro tipo durante la prestación del servicio. También se refiere a la protección de la información confidencial y personal de los clientes, asegurando su privacidad y confidencialidad durante el proceso de prestación del servicio.

## **Empatía**

La empatía se refiere a la atención personalizada que la empresa ofrece a sus clientes, mostrando comprensión y consideración hacia sus necesidades específicas. Esto implica la capacidad de comprender las emociones y perspectivas de los clientes y responder de manera sensible y compasiva a sus preocupaciones individuales y circunstancias.

## **Satisfacción de usuarios**

La satisfacción de los usuarios es un indicador esencial en la evaluación de la calidad de servicios y productos, ya que refleja el grado de cumplimiento de expectativas y necesidades de los clientes. Esta percepción subjetiva se forma a partir de la experiencia del cliente durante su interacción con un producto o servicio, abarcando desde la atención al cliente hasta la utilidad y eficacia del producto. Además, la satisfacción es influida por factores como la calidad, la eficiencia, la accesibilidad y la empatía en la atención (30).

La medición de la satisfacción de usuarios implica la recopilación sistemática de opiniones y percepciones a través de encuestas, feedback directo y análisis de comentarios. Esta información es invaluable para las organizaciones, ya que les permite identificar áreas de mejora y potenciar sus puntos fuertes. Una alta satisfacción de usuarios no solo se traduce en lealtad y retención de clientes, sino que también tiene un impacto positivo en la reputación de la empresa y su crecimiento a largo plazo (31).

Kotler y Armstrong (2003) en su libro *Marketing*, abordan de manera integral los fundamentos de este último, aunque su enfoque se centra en estrategias y conceptos de marketing, los autores también destacan la relevancia crucial de comprender tanto la "percepción del servicio" como las "expectativas del servicio". Estos dos elementos se consideran fundamentales para el éxito en la construcción de relaciones sólidas con los clientes y para ofrecer experiencias satisfactorias. Por último, los autores enfatizan cómo la alineación de las expectativas del cliente con la percepción real del servicio es esencial para crear valor, fomentar la satisfacción y mantener la lealtad de los clientes en un entorno empresarial competitivo y en constante cambio (32).

## **Nivel de satisfacción**

El nivel de satisfacción es una medida crucial para evaluar la percepción y contentamiento de los usuarios con relación a los productos o servicios que han experimentado. Refleja la alineación entre las expectativas previas y la experiencia real, y puede variar desde la satisfacción completa hasta la insatisfacción total (33).

Respecto a la medición precisa del nivel de satisfacción, se puede lograr mediante encuestas, análisis de retroalimentación y evaluación de indicadores clave de rendimiento (34).

El nivel de satisfacción no solo ofrece información valiosa sobre el rendimiento de una organización o negocio, sino que también tiene un impacto directo en la retención de clientes y en la reputación de la marca.

A continuación, se presentan las definiciones de las dimensiones según Parasuraman y Zeithaml (29):

### **Percepción del servicio**

Se trata de la valoración subjetiva que los usuarios realizan acerca de la calidad y la utilidad de los servicios que han recibido. Esta evaluación se fundamenta en la vivencia directa del usuario durante su interacción con la empresa o institución, y puede ser influenciada por aspectos tales como la calidad del servicio de atención al cliente, la eficiencia en la prestación de servicios, la confiabilidad y excelencia de los productos ofrecidos. La percepción del servicio se moldea en función de la comparación entre las expectativas iniciales del usuario y la experiencia real vivida.

### **Expectativa del servicio**

Se refiere a las creencias y suposiciones que los usuarios tienen acerca de la calidad del servicio antes de experimentarlo. Estas expectativas se fundamentan en las promesas de la empresa, su reputación de marca, experiencias anteriores, opiniones de otros usuarios y la publicidad. Las expectativas del servicio actúan como un punto de referencia para que los usuarios evalúen su satisfacción posterior y su percepción del servicio recibido.

## **Definición de términos básicos**

**Calidad:** referido a la medida en la que un producto, servicio o experiencia cumple con los estándares y expectativas establecidos, y cómo se ajusta a las necesidades y deseos del cliente (35).

**Servicio:** conceptualizado como una actividad o conjunto de acciones realizadas por una entidad con el propósito de cumplir con las necesidades o deseos de los clientes.

**Atención:** definido como las interacciones y acciones realizadas para satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios (35).

**Satisfacción:** referido como el sentimiento de contentamiento y cumplimiento que experimenta una persona cuando sus expectativas y necesidades son satisfechas o superadas por una experiencia, producto o servicio. Es un indicador clave de la percepción positiva del cliente hacia una organización o producto (36).

**Usuarios:** conceptualizado como aquellas personas que utilizan o interactúan con productos, servicios o sistemas en diversos contextos (36).

**Farmacia:** referido como un establecimiento que proporciona servicios de atención médica relacionados con la dispensación de medicamentos y productos de salud (36).

Según la situación problemática planteada se formuló la siguiente pregunta:

- ¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023?

## **Teniendo como preguntas específicas**

- ¿Qué relación existe entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023?
- ¿Qué relación existe entre la tangibilidad y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023?
- ¿Qué relación existe entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023?

- ¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023?
- ¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023?

En referencias a la justificación teórica el actual estudio se basa en contribuir al entendimiento de la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe en Juliaca, Puno. Al explorar estas dos variables desde una perspectiva teórica, se podrá ampliar el conocimiento sobre cómo los aspectos de calidad en la atención y servicio influyen en la satisfacción de los usuarios en el contexto de una farmacia de atención médica.

Justificación práctica: La Farmacia del Centro de Salud Guadalupe desempeña un papel crucial en el cuidado de la salud de la población local. Comprender cómo la calidad de servicio afecta la satisfacción de los usuarios puede tener un impacto directo en la mejora de la atención proporcionada. Esta investigación ayudará a identificar áreas de mejora y fortaleza en los servicios farmacéuticos, permitiendo a los responsables de la farmacia tomar decisiones informadas para optimizar la experiencia del usuario.

Justificación metodológica: El enfoque correlacional descriptivo no experimental transversal seleccionado proporciona una visión integral de la relación entre calidad de servicio y satisfacción de usuarios en un momento específico. Esta metodología permitirá recopilar datos cuantitativos sobre la percepción de los usuarios y analizar cómo los diferentes aspectos de calidad de servicio se relacionan con la satisfacción. El enfoque transversal es oportuno para obtener una instantánea actual de la situación en la farmacia y establecer comparaciones que ayuden a identificar patrones y tendencias.

La hipótesis general del estudio es:

Ho: Existe una relación directa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023

Las hipótesis específicas son:

Hi: Existe una relación directa entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023

Hi: Existe una relación directa entre la tangibilidad y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023

Hi: Existe una relación directa entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023

Hi: Existe una relación directa entre la empatía y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023

Hi: Existe una relación directa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023

El objetivo general del estudio es:

Identificar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023

Los objetivos específicos son:

- Determinar la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023.
- Establecer la relación que existe entre la tangibilidad y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023.
- Establecer la relación que existe entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023.
- Establecer la relación que existe entre la empatía y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023.
- Establecer la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca-Puno, 2023.



## II. MÉTODO

### 2.1. Tipo y diseño de investigación

El actual estudio será de tipo básico y de nivel correlacional, no experimental pues no se llevarán a cabo modificaciones en ninguna de las variables sujetas a análisis (37). Además, se enfocará en el carácter descriptivo, teniendo como objetivo principal describir las diversas variables involucradas en el estudio. Cabe señalar que el enfoque temporal será transversal, consistiendo en la medición de estas variables en un único periodo de tiempo sin considerar su evolución a lo largo del tiempo (38).

### 2.2. Escenario de estudio

La presente investigación se llevó a cabo en la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, ubicado en Jr. Ecurri S/N Manzana B Lote 1, en la provincia de Juliaca, departamento de Puno.

### 2.3. Participantes

El estudio se llevó a cabo con los usuarios de la farmacia como participantes. La selección de la muestra se realizará de manera probabilística, garantizando que todos, sin excepción, tengan la oportunidad de participar mediante un muestreo aleatorio. Para determinar el tamaño de la muestra, se ha considerado el uso de la siguiente fórmula, que tiene en cuenta varios factores para garantizar la representatividad y validez de los resultados:

$$n = \frac{N(Z^{\alpha/2})^2 p(1-p)}{4NE^2 + (Z^{\alpha/2})^2 p(1-p)}$$

Dónde:

N: tamaño de la muestra de un solo grupo.

P: porcentaje de existencia de un evento o condición

Zcrit: Criterio de significancia deseado

E: máximo porcentaje de error requerido (precisión esperada).

Considerando que el número estimado de usuarios es alrededor de 22 700, se obtuvo una muestra calculada de 378 participantes con un margen de error del 5%.

#### Criterios de inclusión

- Usuarios mayores de 18 años.
- Usuarios que hayan utilizado los servicios de la farmacia al menos dos veces en los últimos seis meses.

#### Criterios de exclusión

- Los participantes con condiciones de salud crónicas o graves que podrían influir en su capacidad para proporcionar información precisa o completar la encuesta.
- Aquellos que no hablen el idioma en el que se realizará el estudio.
- Usuarios esporádicos que no hayan utilizado la farmacia en los últimos doce meses.

## 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

### 2.4.1 Técnica

Se utilizó el método de encuesta para recopilar datos, dirigido a los usuarios de la farmacia en el Centro de Salud Guadalupe en Juliaca, Puno, durante el año 2023.

### 2.4.2 Instrumento de recolección de datos

Se aplicó un cuestionario como herramienta de recolección de datos, compuesto por preguntas directas dirigidas a los participantes de la encuesta. Este cuestionario facilitó la obtención de las opiniones de los usuarios al proporcionar respuestas claras y específicas.

## 2.5. Procedimiento

- Se obtuvo la aprobación del Centro de Salud para llevar a cabo la investigación.
- Se coordinó con el personal de la Farmacia para evitar interrupciones en sus actividades.
- Se informó a los usuarios que acepten participar en el estudio sobre la duración de la recopilación de datos.
- Se administró los instrumentos de recolección de información.
- Los datos fueron organizados en una hoja de cálculo en Excel.
- La base de datos fue transferida al programa SPSS 21 para su análisis y presentación en forma de tablas y gráficos académicos.

## 2.6. Método de análisis de información

Los instrumentos empleados fueron codificados y posteriormente los datos, junto con sus correspondientes etiquetas, se transfirieron al software estadístico SPSS 21. A partir de ahí, se generó la exportación de los datos en forma de tablas académicas y gráficos, los cuales incluían las frecuencias y porcentajes correspondientes. Estos recursos nos permitieron realizar un análisis detallado de los datos recopilados y su posterior presentación de manera completa.

## 2.7. Aspectos éticos

Se garantiza el consentimiento informado de cada individuo antes de su inclusión en la investigación, explicando claramente los objetivos del estudio, los procedimientos involucrados y la posibilidad de retirarse en cualquier momento sin consecuencias adversas. Se mantendrá la confidencialidad de la información recopilada, asignándole códigos anónimos a los participantes en lugar de sus nombres reales. Además, se obtendrá la aprobación de un comité de ética antes de la implementación del estudio, garantizando que se cumplan los principios éticos establecidos en las directrices internacionales.

Asimismo, se respetarán los derechos y la autonomía de los participantes en todas las etapas del estudio. Los resultados obtenidos se presentarán de manera agregada y anónima, preservando la privacidad de los participantes.

En resumen, este estudio se llevará a cabo con la más alta consideración de los principios éticos, con el objetivo de garantizar la integridad y el bienestar de los participantes y asegurar la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos.

Se garantiza el consentimiento informado de cada individuo antes de su inclusión en la investigación, explicando claramente los objetivos del estudio, los procedimientos involucrados y la posibilidad de retirarse en cualquier momento sin consecuencias adversas. Se mantendrá la confidencialidad de la información recopilada, asignándole códigos anónimos a los participantes en lugar de sus nombres reales. Además, se obtendrá la aprobación de un comité de ética antes de la implementación del estudio, garantizando que se cumplan los principios éticos establecidos en las directrices internacionales.

Asimismo, se respetarán los derechos y la autonomía de los participantes en todas las etapas del estudio. Los resultados obtenidos se presentarán de manera agregada y anónima, preservando la privacidad de los participantes.

En resumen, este estudio se llevará a cabo con la más alta consideración de los principios éticos, con el objetivo de garantizar la integridad y el bienestar de los participantes y asegurar la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos.

### III. RESULTADOS

Con el fin de esclarecer las interrogantes, a continuación, se hará un breve análisis descriptivo como inferencial, de esa forma se determinará la posible relación entre la variable, así como con sus dimensiones. Con ello mencionado, se procedió a realizar el análisis de confiabilidad de los instrumentos, tanto de forma individual como colectiva, y, por último, los resultados se presentarán en orden a los objetivos planteados para la presente investigación.

**Tabla 1**

*Análisis de confiabilidad de los instrumentos*

Variable	Alfa de Cronbach	N de elementos
Calidad de servicio	0.530	12
Satisfacción de cliente	0.637	5
Calidad y servicio	0.741	17

Fuente: Elaboración propia con Programa SPSS v 21.

En la tabla 1 se obtienen los valores del análisis de confiabilidad, de tal manera que en la variable calidad de servicio se obtuvo un valor de Alfa de cronbach igual a 0.530; para la calidad de satisfacción se obtuvo un valor igual a 0.637, indicando un grado aceptable; y por último el instrumento de forma colectiva obtuvo un valor aceptable de 0.741, indicando que puede ser usado de buena forma para medir la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

Con el fin de identificar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la farmacia del centro de Salud Guadalupe, se procedió primero a identificar si provienen de una distribución normal o no, con el objeto de saber que pruebas estadísticas se van a utilizar para el análisis estadístico, las cuales pueden ser pruebas paramétricas o no paramétricas.

**H<sub>0</sub>:** Los datos tienen una distribución normal.

**H<sub>a</sub>:** Los datos no tienen una distribución normal.

**Tabla 2***Pruebas de normalidad para las variables Calidad de servicio y Satisfacción del cliente*

Variable	Estadístico	gl	Significancia
Calidad de Servicio	0.124	378	0.000
Satisfacción del cliente	0.251	378	0.000

*Fuente: Elaboración propia con Programa SPSS v 21.*

En la tabla 2, se observan los valores del estadístico de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, los cuales en ambos casos tienen una significancia menor a 0.05 (Sig. < 0.05), entonces rechazamos la Hipótesis nula de normalidad, y concluimos que los datos no tienen una distribución normal, entonces se usarán pruebas no paramétricas para el análisis de relación de variables.

**Tabla 3***Prueba de relación de Spearman para la variable Calidad de servicio y Satisfacción del cliente*

Variables	Rho de Spearman		
	Coefficiente	Significancia	
Calidad de servicio	Satisfacción del cliente	0.320	0.000

*Fuente: Elaboración propia con Programa SPSS v 21.*

En la tabla 3, se tiene el análisis de correlación a través del estadístico Rho de Spearman, este se considera como una prueba no paramétrica, es por ello que su valor de 0.320 (Rho = 0.320) significa que la calidad de servicio y la satisfacción del cliente tienen una relación directa baja, es baja puesto que el valor se encuentra un poco cerca del cero, pero aun así hay una relación estadística. También es importante recalcar que la significancia del estadístico es de 0.000 (Sig. < 0.05) dando por hecho que la prueba es significativa para medir la relación de entre ambas variables. Entonces se encontró la suficiente evidencia estadística para afirma que sí existe una relación directa significativa entre las variables calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

Con el objeto de establecer la relación entre la dimensión fiabilidad y la satisfacción del cliente, se procedió a hacer un breve análisis descriptivo de la dimensión para posterior a ello realizar el análisis relacional de la dimensión con la satisfacción del cliente.

**Tabla 4**

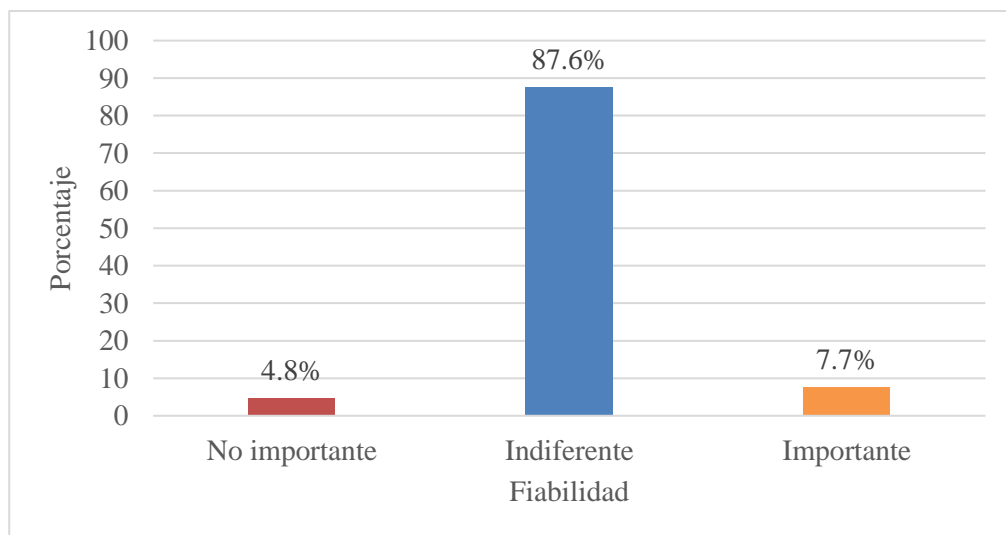
*Tabla de frecuencia para la dimensión fiabilidad*

Fiabilidad	n	%
No importante	18	4.8
Indiferente	331	87.6
Importante	29	7.7
Total	378	100.0

*Fuente: Elaboración propia con Programa SPSS v 21.*

**Figura 1**

*Gráfico de barras para la dimensión fiabilidad*



En la figura 1, se observan las respuestas de los usuarios con respecto a la dimensión fiabilidad, así el 87.6% de los usuarios de la farmacia del centro de salud de Guadalupe consideraron indiferente la calidad de la Fiabilidad, el 7.7% respondieron que era importante y por último un grupo pequeño de 4.8% de usuarios mencionaron una calidad no importante en cuestión de la dimensión.

**Tabla 5***Prueba de relación de Spearman para la dimensión fiabilidad y Satisfacción del cliente*

Dimensión	Variable	Rho de Spearman	
		Coefficiente	Significancia
Fiabilidad	Satisfacción del cliente	0.206	0.000

*Fuente: Elaboración propia con Programa SPSS v 21.*

En la tabla 7, se tiene el análisis de correlación a través del estadístico Rho de Spearman, el cual arrojó un valor de 0.206 (Rho = 0.206), lo que significa que la dimensión fiabilidad y la satisfacción del cliente tienen una relación directa baja, es baja puesto que el valor se encuentra cerca del cero, pero aun así existe una relación. También es importante recalcar que la significancia de la prueba es 0.000 (Sig. <0.05), corroborando la significatividad del estadístico. De esa forma, se demuestra que existe la suficiente evidencia estadística para afirmar que sí existe una relación directa significativa entre la dimensión fiabilidad y la satisfacción del cliente.

Con el objeto de establecer la relación entre la dimensión tangibilidad y la satisfacción, se procedió a hacer un breve análisis descriptivo de la dimensión para posterior a ello se realice el análisis relacional de las variables.

**Tabla 6***Tabla de frecuencia para la dimensión tangibilidad*

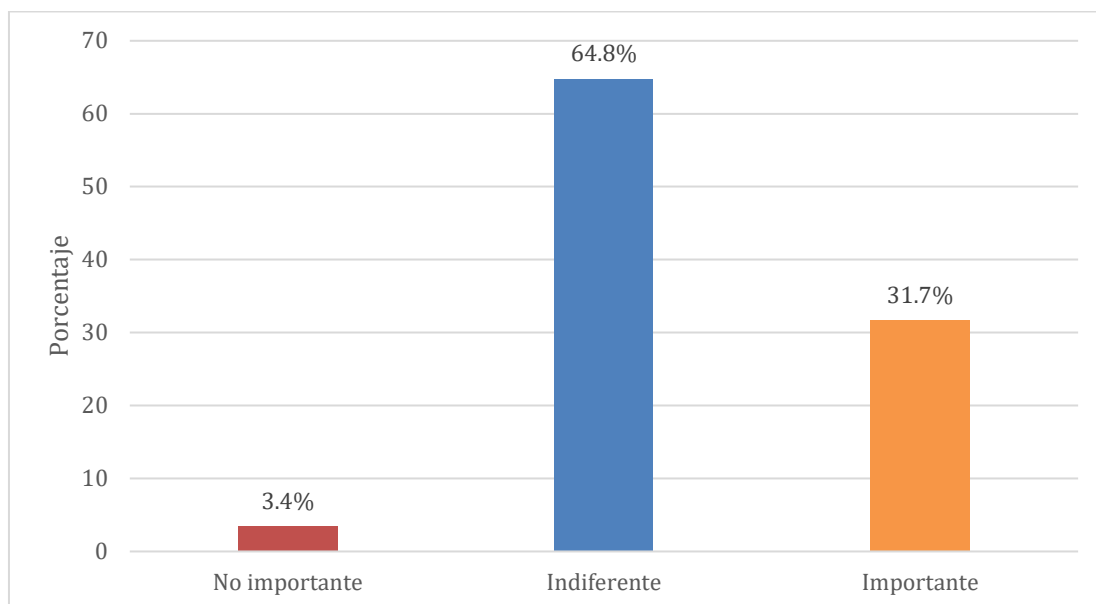
Tangibilidad	n	Porcentaje (%)
No Importante	13	3.4
Indiferente	245	64.8
Importante	120	31.7
Total	378	100.0

*Fuente: Elaboración propia con Programa SPSS v 21.*



**Figura 2**

*Gráfico de barras para la dimensión tangibilidad*



En la figura 2, se observan las respuestas de los usuarios con respecto a la importancia que tiene para los usuarios la dimensión tangibilidad, así como la percepción que tuvieron en la atención recibida en el servicio de farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca; el 64.8% de los usuarios consideran que les es indiferente esta dimensión, el 31.7% respondieron que es importante y por último un grupo pequeño de 3.4% de usuarios mencionaron que no es importante.

**Tabla 7**

*Prueba de relación de Spearman para la dimensión tangibilidad y Satisfacción del cliente*

Dimensión	Variable	Rho de Spearman	
		Coficiente	Significancia
Tangibilidad	Satisfacción del cliente	0.230	0.000

*Fuente: Elaboración propia con Programa SPSS v 21.*

En la tabla 9, se tiene el análisis de correlación a través del estadístico Rho de Spearman, el cual arrojó un valor de 0.230 (Rho = 0.230), lo que significa que la dimensión tangibilidad y la satisfacción del cliente tienen una relación directa baja, es baja puesto que el valor se encuentra cerca del cero, pero aun así existe una relación. También es

importante recalcar que la significancia del estadístico es de 0.000 (Sig. <0.05), corroborando la significatividad de la prueba. Concluyendo que, se encontró la suficiente evidencia estadística para afirmar que sí existe una relación directa significativa entre la dimensión tangibilidad y la satisfacción del cliente.

Con el objeto de establecer la relación entre la dimensión seguridad y la satisfacción del cliente, se procedió a hacer un breve análisis descriptivo de la dimensión para posterior a ello realizar el análisis relacional de la dimensión con la satisfacción del cliente.

**Tabla 8**

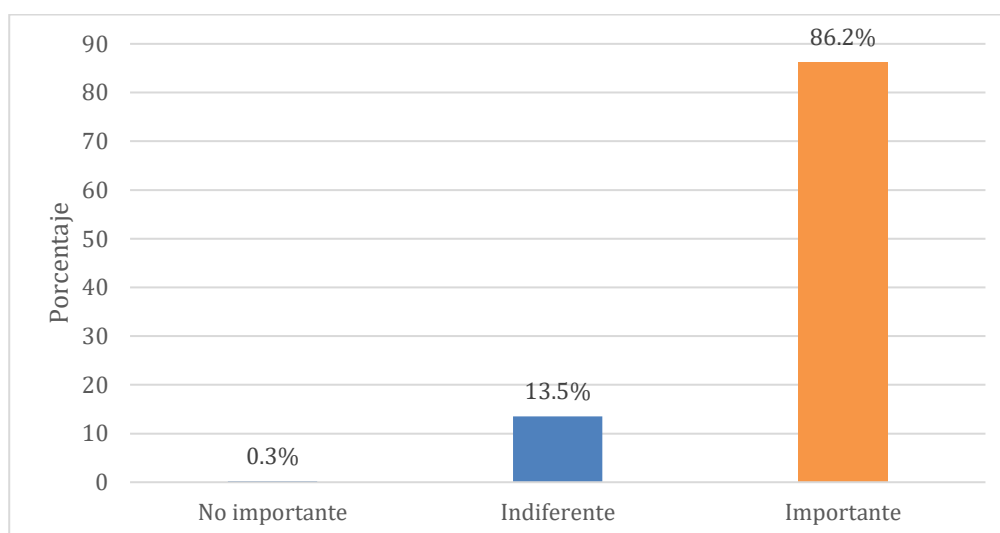
*Tabla de frecuencia para la dimensión seguridad*

<b>Seguridad</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
No Importante	1	0.3
Indiferente	51	13.5
Importante	326	86.2
Total	378	100.0

*Fuente: Elaboración propia con Programa SPSS v 21.*

**Figura 4**

*Gráfico de barras para la dimensión seguridad*



En la figura 4, se observan las respuestas de los usuarios con respecto a la dimensión seguridad, así el 86.2% de los usuarios de la farmacia del centro de salud de Guadalupe consideraron importante la calidad de la seguridad, el 15.4% respondieron que era

indiferente y por último un grupo muy pequeño de 0.3% de usuarios consideraron no importante en cuanto a la dimensión seguridad.

**Tabla 9**

*Prueba de relación de Spearman para la dimensión Seguridad y Satisfacción del cliente*

Dimensión	Variable	Rho de Spearman	
		Coficiente	Significancia
Seguridad	Satisfacción del cliente	0.059	0.254

*Fuente: Elaboración propia con Programa SPSS v 21.*

En la tabla 9, se tiene el análisis de correlación a través del estadístico Rho de Spearman, el cual arrojó un valor de 0.059 (Rho = 0.059), lo que significa que la dimensión seguridad y la satisfacción del cliente tienen una relación directa muy baja, es muy baja ya que el valor del coeficiente se encuentra muy cerca del cero, atribuyendo una posible no relación entre la dimensión y la satisfacción del cliente. Con respecto a la significancia de la prueba es 0.254 siendo mayor al 0.05 (Sig. >0.05), corroborando lo visto en el valor del coeficiente, demostrando que no existe una relación significativa entre la dimensión seguridad y la satisfacción del cliente.

Con el objeto de establecer la relación entre la dimensión empatía y la satisfacción del cliente, se procedió a hacer un breve análisis descriptivo de la dimensión para posterior a ello realizar el análisis relacional de la dimensión con la satisfacción del cliente.

**Tabla 10**

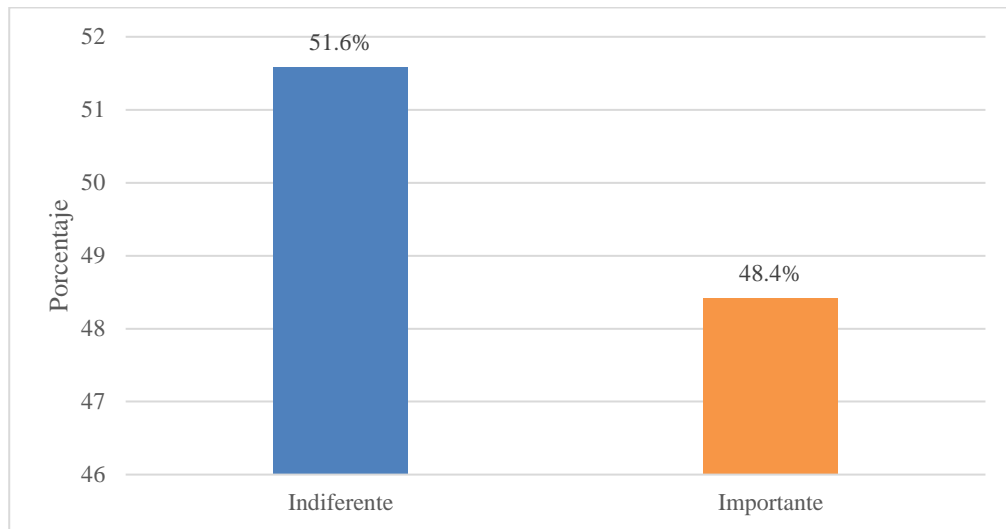
*Tabla de frecuencia para la dimensión empatía*

Empatía	Frecuencia	Porcentaje
Indiferente	195	51.6
Importante	183	48.4
Total	378	100.0

*Fuente: Elaboración propia con Programa SPSS v 21*

**Figura 5**

*Gráfico de barras para la dimensión empatía*



En la figura 5, se observan las respuestas de los usuarios con respecto a la dimensión empatía, así el 51.6% de los usuarios de la farmacia del centro de salud de Guadalupe consideraron indiferente la dimensión de empatía y el otro 48.4% respondieron que era importante.

**Tabla 11**

*Prueba de relación de Spearman para la dimensión Empatía y Satisfacción del cliente*

Dimensión	Variable	Rho de Spearman	
		Coefficiente	Significancia
Empatía	Satisfacción del cliente	0.111	0.031

En la tabla 11, se tiene el análisis de correlación a través del estadístico Rho de Spearman, el cual arrojó un valor de 0.111 ( $Rho = 0.111$ ), lo que significa que la dimensión empatía y la satisfacción del cliente tienen una relación directa muy baja, es muy baja ya que el valor del coeficiente se encuentra muy cerca del cero, pero aun así existe una relación significativa debido a que el valor de la de la significancia es menor a 0.05 ( $Sig.=0.031 < 0.05$ ). Demostrando que sí existe una relación significativa entre la dimensión empatía y la satisfacción del cliente.

Con el objeto de establecer la relación entre la dimensión capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente, se procedió a hacer un breve análisis descriptivo de la dimensión para posterior a ello realizar el análisis relacional de la dimensión con la satisfacción del cliente.

**Tabla 12**

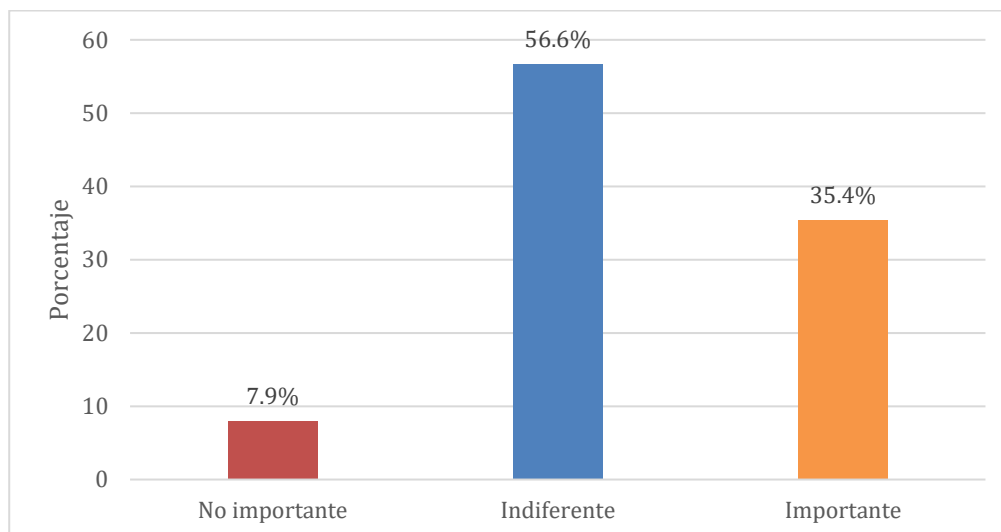
*Tabla de frecuencia para la dimensión capacidad de respuesta*

Capacidad de respuesta	n	%
No importante	30	7.9
Indiferente	214	56.6
Importante	134	35.4
Total	378	100.0

*Fuente: Elaboración propia con Programa SPSS v 21.*

**Figura 3**

*Gráfico de barras para la dimensión capacidad de respuesta*



En la figura 3, se observan las respuestas de los usuarios con respecto a la dimensión capacidad de respuesta, así el 56.6% de los usuarios de la farmacia del centro de salud de Guadalupe consideraron indiferente la capacidad de respuesta, el 35.4% respondieron que era importante y por último un grupo pequeño de 7.9% de usuarios mencionaron una calidad no importante en cuanto a la capacidad de respuesta.

**Tabla 13**

*Prueba de relación de Spearman para la dimensión Capacidad de respuesta y Satisfacción del cliente*

Dimensión	Variable	Rho de Spearman	
		Coefficiente	Significancia
Capacidad de respuesta	Satisfacción del cliente	0.243	0.000

*Fuente: Elaboración propia con Programa SPSS v 21.*

En la tabla 13, se tiene el análisis de correlación a través del estadístico Rho de Spearman, el cual arrojó un valor de 0.243 ( $Rho = 0.243$ ), lo que significa que la dimensión capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente tienen una relación directa baja, es baja puesto que el valor se encuentra cerca del cero, pero aun así existe una relación. También es importante recalcar que la significancia de la prueba es 0.000 (Sig.  $<0.05$ ), corroborando la significatividad del estadístico. De esa forma, se demuestra que existe la suficiente evidencia estadística para afirmar que sí existe una relación directa significativa entre la dimensión capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente.

## IV. DISCUSIÓN

La calidad de servicio se define como el prestamiento de un servicio que contiene lo que la entidad prestadora le otorga en base a las expectativas del usuario, manteniendo el fin de mantener al cliente conforme a pesar de cualquier circunstancia que delimite el disfrute del servicio ofertado (8). Por otro lado, la satisfacción del usuario, se obtiene como resultado de brindar un bien o un servicio a diferencia de lo que se anhela obtener (9). De tal manera que, la calidad de servicio enfrenta una batalla constante de altos estándares para lograr mantenerse dentro del mercado en la actualidad (27). Meritoriamente de acuerdo a esta realidad, fue fructífera la realización del presente estudio, titulado “Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la farmacia del Centro de Salud Guadalupe, Juliaca - Puno, 2023”.

Previamente a la aplicación del instrumento, se realizaron las pruebas estadísticas con el fin de certificar la confiabilidad del uso del instrumento para medir la calidad de servicio ( $\alpha = .530$ ) y la satisfacción del cliente ( $\alpha = .637$ ), obteniendo resultados aceptables.

El objetivo general fue identificar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la farmacia del centro de Salud Guadalupe, obteniendo como resultado  $Rho = 0.320$ , mediante análisis estadístico no paramétrico con la prueba de Spearman, interpretando dicho coeficiente, la relación es directa baja y significativa entre ambas variables con un valor  $p = 0.000$ . El mismo panorama,  $p = .000$ , se obtuvo en el estudio de Hinostroza, 2022 (8), quien encontró la calidad de servicio en un nivel medio (46.1%) y la satisfacción con la atención (49.4%) en usuarios de un área de Farmacia de un Hospital nacional. Similar con los resultados de Quispe y Zevallos 2022 (10), quienes obtuvieron la percepción de la calidad del servicio en un nivel excelente (56.5%) y bueno (43.5%), y del mismo modo que nuestro estudio, encontró existencia de correlación estadística ( $Rho = 0.641$ ). No obstante, Barrionuevo y Salvador 2021 (12), notificaron en su estudio, que la satisfacción del cliente se basa en un servicio rápido y oportuno, así como el cumplimiento de las expectativas de la atención del usuario (100%).

Respecto al primer objetivo, estableció la existencia de la relación entre la dimensión fiabilidad y la satisfacción del cliente ( $p = 0.000$ ), con un nivel de correlación directo bajo ( $Rho = 0.206$ ). Similar al caso de Mestanza, quien halló relación en la fiabilidad y la satisfacción de su atención de productos farmacéuticos ( $SpR = 0.636$ ;  $p < 0.001$ ). Contrastando con los resultados de Valle 2019 (15), quien describió la percepción de fiabilidad en un 66.8% por parte de los usuarios

que se encontraron pocos satisfechos ( $p < 0,05$ ). Y Guhl et al., 2019, no hallaron influencia significativa de la fiabilidad hacia el logro de la satisfacción ( $p=0.75$ ).

El segundo objetivo específico, estableció relación entre la dimensión tangibilidad y la satisfacción ( $p=0.000$ ), con un coeficiente Rho = 0.230, determinando así, una relación directa baja. La relación encontrada fue similar a diversos estudios, como el de Armas 2021 (11), quien obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman de 0,857 con un nivel de significancia de  $p = 0,000$ , de donde infiere que, a mayor calidad de servicio, habrá mayor satisfacción del usuario. Basándonos en la percepción que tuvieron los usuarios sobre la tangibilidad dentro de la farmacia, consideraron importante (64.8%), indiferente (31.7%) y no importante en pocas opiniones (3.4%). Así como, Barrionuevo y Salvador 2021 (12), quienes describieron que el usuario considera importantes para sentirse satisfechos del servicio; a la limpieza, el orden y el buen estado inmobiliario en un 96.7%; y en un 95% la dispensación adecuada de productos farmacéuticos. En cuanto, al estudio de Mestanza 2021 (13), los usuarios atribuyeron a la tangibilidad el 54.5% de su satisfacción (SpR-0,585); así como Chávez 2020 (14), donde calificaron la tangibilidad como buena y estaban satisfechos en un 40.6%. Adicionalmente, López 2020 (16) notificó relación mediante Chi cuadrado = 19.2, entre las buenas prácticas de dispensación por parte del personal del servicio de farmacia (80%) y satisfacción del usuario externo (71.7%)

Mientras que, el tercer objetivo de la investigación, no se pudo establecer relación estadísticamente significativa entre la seguridad y satisfacción del cliente ( $p=0.254$ ), con una correlación muy baja (Rho = 0.059).

Respecto al cuarto objetivo confirmó la existencia de relación entre la dimensión empatía y la satisfacción del cliente ( $p= 0.031$ ), pero con una correlación directa muy baja Rho = 0.111. Similar a Hinostroza 2022 (8), quien halló relación directa ( $p=0.000$ ) entre la percepción media en cuanto a la empatía y la satisfacción de los usuarios en un 26.97%.

En cuanto al quinto objetivo de la investigación, se estableció la relación entre la dimensión capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente ( $p= 0.000$ ), con una correlación de Spearman de Rho = 0. 243, determinando en cuanto a dicho resultado, una relación directa baja. Tal como el estudio de Chávez 2020 (14), quien presentó tener buena capacidad de respuesta según la percepción de los usuarios satisfechos en un 40.9%.



No obstante, es relevante mencionar los factores limitantes durante la realización del presente estudio, en primer lugar, la apreciación por parte de los usuarios del Centro de Salud Guadalupe respecto a la infraestructura de la Farmacia, es una realidad la precariedad y hacinamiento por muchos años en esa área; sin embargo, algunos usuarios centraban su atención en criticar las condiciones físicas de la farmacia y se distraían de las preguntas, de acuerdo con las dimensiones escogidas. En segundo lugar, la predisposición de los usuarios a responder el cuestionario, alegando, que contaban con corto tiempo para realizar la encuesta.

En resumen, la prestación de servicios farmacéuticos debe garantizar en todo momento una atención de calidad para el usuario, esto garantizará su satisfacción con el servicio brindado, además de establecer una buena comunicación frente a dispersos errores que se dan durante las indicaciones de las prescripciones médicas. Pues todos los clientes merecen una atención digna, mucho más aun tratándose de temas relacionados a su salud como lo es la adquisición de medicamentos.

## V. CONCLUSIONES

1. La calidad de servicio se relaciona estadísticamente significativa con la satisfacción del cliente de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, en un nivel correlacional bajo.
2. La dimensión fiabilidad se relaciona estadísticamente significativa con la satisfacción del cliente de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, en un nivel correlacional bajo.
3. La dimensión tangibilidad se relaciona estadísticamente significativa con la satisfacción del cliente de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, en un nivel correlacional bajo.
4. La dimensión seguridad no se relaciona estadísticamente significativa con la satisfacción del cliente de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, en un nivel correlacional muy bajo.
5. La dimensión empatía se relaciona estadísticamente significativa con la satisfacción del cliente de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, en un nivel correlacional muy bajo.
6. La dimensión capacidad de respuesta capacidad de respuesta se relaciona estadísticamente significativa con la satisfacción del cliente de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe, en un nivel correlacional bajo.

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. Implementar acciones y medidas vinculadas a la permanencia de la calidad de manera continua en la atención de servicios de salud de todo el Centro de Salud Guadalupe, especialmente el área de Farmacia.
2. Destinar un porcentaje del presupuesto anual y fondos de Caja chica para la modernización, reestructuración y limpieza de la infraestructura de las instalaciones del Centro de Salud Guadalupe.
3. Planificar capacitaciones dentro del cronograma anual, para el personal del área de Farmacia sobre el fortalecimiento del compromiso y habilidades hacia una atención eficiente; así como la gestión logística de los medicamentos.
4. Implementar medidas por medio de flujogramas, para tener una respuesta rápida y oportuna frente a múltiples situaciones que enfrente el Centro de Salud Guadalupe.
5. Implementar actividades que normen la atención de los usuarios y así protejan su privacidad en todo momento.
6. Desarrollar capacitaciones al personal de Farmacia con el fin de desarrollar actividades que primen la empatía, el respeto y un trato amable del personal hacia los usuarios de la Farmacia del Centro de Salud Guadalupe.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Iliadis C, Frantzana A, Tachtsoglou K, Lera M, Ouzounakis P. Quality and accreditation in health care services. *World Journal of Advanced Research and Reviews*. 2021; 12(2): p. 539–543.
2. Yang CC. The Evolution of Quality Concepts and the Related Quality Management. *Quality Control and Assurance - An Ancient Greek Term Re-Mastered*. InTech. 2017.
3. Lachman P, Batalden P, Haecht K. A multidimensional quality model: an opportunity for patients, their kin, healthcare providers and professionals to coproduce health. *F1000Res*. 2020;(9): p. 1140.
4. Ospina Ramírez J, Mejía Marín x. Transformaciones necesarias y cómo construirlas para contribuir a elevar el nivel de desarrollo humano en la región desde la gerencia de sistemas de salud. *Investigaciones Andina*. 2019; 21(39): p. 33-43.
5. Soto A. Barreras para una atención eficaz en los hospitales de referencia del Ministerio de Salud del Perú: atendiendo pacientes en el siglo XXI con recursos del siglo XX. *Rev. perú. med. exp. salud publica*. 2019; 36(2).
6. EstablecimientosDeSalud.Info MINSa. Establecimientos de Salud de la DISA Puno. [Online]; 2023. Acceso 5 de novde 2023. Disponible en: <https://www.establecimientosdesalud.info/puno/centro-de-salud-guadalupe-juliaca/>.
7. Radio Onda Azul. Juliaca: piden presupuesto para la conclusión de centro de salud Cono Sur. Personal de salud y vecinos, solicitan presupuesto para levantar las observaciones a fin de concretizar el inicio de la obra. 24 mayo 2023.
8. Hinostroza Ochante AM. Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el área de farmacia del Hospital Santa Rosa 2019. Tesis de Maestría. Lima: Universidad Privada Norbert Wiener.
9. Santillán Guzmán C. Calidad de servicio y satisfacción del usuario de la farmacia ambulatoria de una institución pública, Lima, 2021. Tesis de Maestría. Lima: Universidad César Vallejo.
10. Quispe Peceros G, Zevallos Ortiz N. Calidad del Servicio y Satisfacción del Usuario en la Dispersación de Productos farmacéuticos, en la Botica Farmacom C&C Andahuaylas Apurímac 2022. Tesis de Pregrado. Huancayo: Universidad Roosevelt.

11. Armas Cuadrado JF, Chávez Santivañez LA. Calidad del Servicio y Satisfacción del Usuario del Servicio de Farmacia del Hospital Domingo Olevagoya, Jauja 2018 : Quality of service and satisfaction of the user of the pharmacy service of the Hospital Domingo Olavegoya Jauja, 2018. SENDAS. 2021; 2(1): p. 12 - 25.
12. Barrionuevo Palli D, Salvador Cullcush J. Satisfacción del cliente relacionado con la Dispensación de medicamentos en boticas y farmacias ubicadas en el distrito de Santiago de Surco, enero, 2021. Tesis de pregrado. Lima: Universidad María Auxiliadora.
13. Mestanza Llanos M. Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la dispensación de productos farmacéuticos en tiempos COVID-19. Hospital de Virú. Tesis de Maestría. Trujillo: Universidad César Vallejo.
14. Chávez García LE. Calidad de servicio y satisfacción de usuarios que acuden al servicio de farmacia del Hospital El Esfuerzo, Trujillo 2019. Tesis de Posgrado. Trujillo: Universidad César Vallejo.
15. Valle Vargas BJ. Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la dispensación de productos farmacéuticos del Centro de Salud Paiján, 2018. Tesis de Posgrado. Perú: Universidad César Vallejo.
16. Lopez Noe TY. Buenas prácticas de dispensación y satisfacción del usuario externo - servicio farmacia - Hospital de Paita - 2018. Tesis de pregrado. Piura: Universidad San Pedro.
17. Hernández García L, Montiel Velázquez E. Nivel de satisfacción de los usuarios en la prestación del servicio farmacéutico de CAG unidos por la salud IPS en el primer periodo 2022 Montería - Colombia. Tesis de Pregrado. Corporación Unificada Nacional de Educación Superior - CUN.
18. Vásquez Villafuerte EE, Huacón Castro YD. Calidad del servicio y satisfacción en clientes de las farmacias del sector sur oeste de la ciudad de Guayaquil. Tesis de Pregrado. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
19. Guhl D, Blankart K, Stargardt T. Service quality and perceived customer value in community pharmacies. Health Serv Manage Res. 2019; 32(1): p. 36-48.
20. Organización Panamericana de la Salud (OPS). Mejorar la calidad de la atención en la prestación de servicios de salud. [Online]; 2021. Acceso 2 de novde 2023. Disponible en: <https://www.paho.org/es/eventos/mejorar-calidad-atencion-prestacion-servicios-salud>.

21. Organización Mundial de la Salud (OMS). Servicios sanitarios de calidad. [Online]; 2020. Acceso 11 de Novde 2023. Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/factsheets/detail/quality-health-services>.
22. Jonkisz A, Karniejv P, Krasowska D. SERVQUAL Method as an "Old New" Tool for Improving the Quality of Medical Services: A Literature Review. *Int J Environ Res Public Health*. 2021; 18(20): p. 10758.
23. Materla T, Cudney E. An Exploration of Patient Satisfaction Attributes Using the Kano Model. *The Journal for Quality & Participation*. 2019; 42(3): p. 18-26.
24. Guerola Navarro V. Customer Relationship Management (CRM) - Gestión de relaciones con los clientes. Universitat Politècnica de Valencia.
25. Vargas Quiñones M, Aldana de Vega L. Calidad y servicio: Conceptos y herramientas. Bogotá: Universidad de la Sabana.
26. Bök P, Noack A, Müller M, Behnke D. Quality of Service. En *Computernetze and Internet of Things.: Technische Grundlagen und Spezialwissen*; 2020.
27. Castellano S, González P. Calidad de servicio en farmacias tradicionales y de autoservicio: Estudio de caso. *Revista Venezolana de Gerencia*. 2010; 15(52): p. ISSN 1315-9984.
28. Begicheva SV. Donabedian Approach for Simulation Modeling to Evaluate the Quality of Emergency Medical Services in a Large Metropolitan Area: A Case Study. *IEEE Xplore*. 2020;: p. 1-6.
29. Parasuraman UP, Berry L, Zeithaml V. Understanding Customer Expectations of Service. *Sloan Management Review*. 1991; 32: p. 39–48.
30. Ferrentino R, Boniello C. Customer satisfaction: a mathematical framework for its analysis and its measurement. *Comput Manag Sci*. 2020;(17): p. 23–45.
31. Hidayah N, Fetrina E, Taufan A. vModel Satisfaction Users Measurement of Academic Information System Using End-User Computing Satisfaction (EUCS) Method. *Applied Information System and Management (AISM)*. 2020.
32. Kotler P, Armstrong G. *Marketing*. 14th ed. Madrid: Pearson Educación; 2003.
33. Huang Qingrong X, Zhichong Peng J, Lin Ke X. User satisfaction management system and method. 2017.
34. Kurosu M, Kurosu A. What Determines the Level of Satisfaction? *International Conference on Kansei Engineering & Emotion Research*. 2018; 7: p. 428–437.

35. Pardiyono R, Puspita H. Measurement of Student Satisfaction Using Customer Satisfaction Index (CSI). *Journal of Research in Business, Economics, and Education*. 2020; 2(6).
36. Lobuteva L, Yermolaeva A, Kartashova O. Evaluating Customer Satisfaction with Pharmaceutical Counselling Services using the Kano-Model Approach. *Systematic Reviews in Pharmacy*. 2020; 11: p. 1-6.
37. Hernández R, Fernández C, Baptista P. *Metodología de la investigación*. 6th ed. México: Mc-Graw-Hill/Interamericana S.A.; 2014.
38. Cvetkovic-Vega A, Maguiña J, Soto A, Lama-Valdivia J, Correa López L. Estudios transversales. *Rev. Fac. Med. Hum*. 2021; 21(1).

# **ANEXOS**





Anexo 03

Operacionalización de la variable

Variable I: Independiente

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Tipo de variable	Escala de medida
Calidad de servicio	La medida en que los servicios provistos por los trabajadores de una farmacia satisfacen las necesidades de los usuarios	Fiabilidad	-Atención precisa y exenta de equivocaciones -Servicio conforme al horario establecido	Cuantitativa	Ordinal
		Tangibilidad	-Limpieza y presentación de las instalaciones -Disponibilidad de Productos y medicamentos		
		Seguridad	-Amplio dominio por parte del equipo que le atendió -Respeto por la privacidad y reserva en la atención		
		Empatía	-Trato amable y cortés -Dedica tiempo para responder dudas -Respeto por el orden de llegada de los pacientes		
		Capacidad de respuesta	-Atención rápida -Solución instantánea a su inquietud o desafío -Proporciona opciones adecuadas y efectivas		

Fuente: Elaboración Propia

Variable II: Dependiente

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Tipo de variable	Escala de medida
Satisfacción del cliente	Nivel de gratificación que experimenta el usuario después de haber adquirido el servicio por parte del personal de salud en una farmacia	Percepción del servicio	-Instalaciones -Buen trato al paciente -Nivel de eficiencia del personal	Cuantitativa	Ordinal
		Expectativas del servicio	-Opinión del usuario final -Cumplimiento de la dispensación		

Fuente: Elaboración Propia

**Anexo 03: Consentimiento Informado**



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS FARMACÉUTICAS Y BIOQUÍMICA  
Consentimiento Informado**

"AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO"

SOLICITO: AUTORIZACION PARA REALIZAR ENCUESTAS AL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE FARMACIA DE SU ENTIDAD.

SEÑOR: Dr. RAMOS ARO, Juan Fernando  
DIRECTOR DEL CENTRO DE SALUD GUADALUPE

Yo. CUTIPA CALLOHUANCA, Max Meyer identificado con DNI: 46751990, AQUINO MENDOZA, Keisi Lisbet identificada con DNI: 77812349

Por medio del presente, me dirijo a usted cordialmente para saludarlo con el debido respeto, me presento y digo:

Que teniendo en cuenta culminado mis estudios en la universidad andina Néstor Cáceres Velázquez de la facultad ciencias de la salud de la E.P. Farmacia y Bioquímica ahora realizando mi trabajo de investigación titulado:

"CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DE LOS USUARIOS DE LA FARMACIA DEL C.S GUADALUPE, JULIACA-PUNO,2023" en la universidad FRANKLIN ROOSEVELT - HUANCAYO

para lo cual solicito se me brinde la autorización, para realizar mis encuestas al personal del departamento de farmacia de su entidad.

POR LO EXPUESTO.

PIDO A USTED ACCEDER AMI SOLICITUD POR SER JUSTA Y LEGAL.

JULIACA, 29 DE AGOSTO DEL 2023

  
MINISTERIO DE SALUD  
CENTRO DE SALUD GUADALUPE  
Juan Fernando Ramos Aro  
MEDICO CIRUJANO  
C.M.P 89749  
29-08-2023  
7:45

**Anexo 04: Instrumento**



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS FARMACÉUTICAS Y BIOQUÍMICA**

**Título:** “CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA FARMACIA DEL CENTRO DE SALUD GUADALUPE, JULIACA - PUNO, 2023”.

**Investigadores:**

**Instrucciones:**

Complete los campos vacíos y seleccione con una marca (X) la opción que considere más apropiada en este cuestionario. Sus respuestas serán protegidas con principios de privacidad y confidencialidad.

**NOTA:** Le pedimos que sea sincero/a en sus respuestas.

**Escala de Evaluación:**

Utilice la siguiente escala para indicar su nivel de acuerdo con cada enunciado:

2. No importante
3. Indiferente
4. Importante

En la atención recibida en el servicio de farmacia del centro de Salud Guadalupe, Juliaca, usted considera:

<b>VARIABLE INDEPENDIENTE: CALIDAD DE SERVICIO</b>			
<b>DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES</b>			
	<b>No Importante</b>	<b>Indiferente</b>	<b>Importante</b>
1. Las instalaciones físicas de la farmacia se encuentran en orden y son atractivas a la vista.			

2. La farmacia cuenta con los productos y medicamentos que necesita cuando usted lo necesita.			
<b>DIMENSIÓN 2 FIABILIDAD</b>			
3. Cuando ingresa a la farmacia el personal muestra interés por atenderle.			
4. La atención es fluida y sin errores por parte del personal.			
<b>DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>			
5. La atención sea rápida y adecuada para el paciente.			
6. El personal resuelve de forma inmediata algún problema surgido en la atención			
7. En caso de no contar con algún producto farmacéutico, le ofrecen alternativas y le explican.			
<b>DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD</b>			
8. El personal de la farmacia tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas y consultas relacionadas con su medicación.			
9. Durante la atención, el personal guarda reserva y respeto por su privacidad.			
<b>DIMENSIÓN 5: EMPATÍA</b>			
10. El personal de la farmacia realiza una atención individualizada al paciente.			
11. El personal de la farmacia dedica suficiente tiempo para comprender las necesidades específicas del paciente.			
12. El horario de atención de la farmacia es conveniente para usted.			

**VARIABLE DEPENDIENTE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE****DIMENSIÓN: PERCEPCIÓN DEL SERVICIO**

13. La instalación física de la Farmacia estuvo limpia y fue visualmente atractiva.			
14. Encontró los medicamentos y/o productos que fue a comprar a la farmacia.			
15. Al ingresar a la farmacia, el personal mostró interés por atenderlo.			
16. La atención en la farmacia fue fluida y sin errores por parte del personal.			
17. Quedó satisfecho con la orientación y/o la absolución de dudas sobre su medicamento y o tratamiento			
18. El personal de la farmacia le brindó una atención amable y cordial.			

**FORMATO A:**

**VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR  
JUICIO DE EXPERTO**

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA  
FARMACIA DEL CENTRO DE SALUD GUADALUPE, JULIACA - PUNO, 2023**

**INVESTIGADORES:** AQUINO MENDOZA, keysi Lisbet  
CUTIPA CALLOHUANCA, Max Meyer

**FICHA DE REGISTROS DE DATOS**

**INSTRUCCIONES:**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS FARMACÉUTICAS Y BIOQUÍMICA  
APRECIACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

**Título del Estudio:** “CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA FARMACIA DEL Centro de Salud GUADALUPE, JULIACA - PUNO, 2023”.

Estimado profesional, tómese el tiempo para revisar y evaluar el instrumento de investigación proporcionado a continuación. Sus comentarios y sugerencias son valiosos para garantizar la calidad y precisión del instrumento antes de su aplicación en la población objetivo. Indique su nivel de acuerdo con cada enunciado utilizando la escala proporcionada. Además, proporcione comentarios y sugerencias detallados en la sección correspondiente. Su participación es altamente apreciada.

**Escala de Evaluación:**

Utilice la siguiente escala para indicar su nivel de acuerdo con cada enunciado:

1= Deficiente	2= Baja	3= Regular	4=Buena	5=Muy buena
---------------	---------	------------	---------	-------------

	No important e	Indiferente	Importante	Escala de Evaluación				
				1	2	3	4	5
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE: CALIDAD DE SERVICIO</b>								
<b>DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES</b>								
1. Las instalaciones físicas de la farmacia se								<b>x</b>



encuentran en orden y son atractivas a la vista.										
2. La farmacia cuenta con los productos y medicamentos que necesita cuando usted lo necesita.										X
<b>DIMENSIÓN 2 FIABILIDAD</b>										
3. Cuando ingresa a la farmacia el personal muestra interés por atenderle.									X	
4. La atención es fluida y sin errores por parte del personal.									X	
<b>DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>										
5. La atención es rápida y adecuada para el paciente.									X	
6. El personal resuelve de forma inmediata algún problema surgido en la atención.										X
7. En caso de no contar con algún producto farmacéutico, le ofrecen alternativas y le explican.									X	
<b>DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD</b>										
8. El personal de la farmacia tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas y consultas relacionadas con su medicación.									X	
9. Durante la atención, el personal guarda reserva y respeto por su privacidad.									X	
<b>DIMENSIÓN 5: EMPATÍA</b>										
10. El personal de la farmacia realiza una atención individualizada al paciente.										X
11. El personal de la farmacia dedica suficiente tiempo para comprender las necesidades específicas del paciente.									X	
12. El horario de atención de la farmacia es conveniente para usted.									X	
<b>VARIABLE DEPENDIENTE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>										
<b>DIMENSIÓN: PERCEPCIÓN DEL SERVICIO</b>										
13. La instalación física de la Farmacia estuvo limpia y fue visualmente atractiva.									X	
14. Encontró los medicamentos y/o productos que fue a comprar a la farmacia.										X
15. Al ingresar a la farmacia, el personal mostró interés por atenderlo.										X
16. La atención en la farmacia fue fluida y sin errores por parte del personal.									X	
17. Quedó satisfecho con la orientación y/o la absolución de dudas sobre su medicamento y o tratamiento									X	
18. El personal de la farmacia le brindó una atención amable y cordial.										X

## PROMEDIO DE VALORACIÓN

4

## OPINIÓN DE APLICABILIDAD

1) Deficiente      2) Baja      3) Regular      4) Buena      5) Muy buena

Nombres y Apellidos : Tatiana Biane Rojas Aire de Vellaneda  
DNI N° : 42040524      Teléfono/Celular : 988552955  
Dirección domiciliaria : Jr. Inca Ripac N°120  
Título Profesional : Ingeniería de Informática y de Sistemas  
Grado Académico : Magister  
Mención : Investigación y Docencia Superior



**Juliaca, 14 de noviembre del  
2023**

**FORMATO: B**

**FICHAS DE VALIDACIÓN DEL INFORME DE OPINIÓN POR JUICIO DE EXPERTO**

**I. DATOS GENERALES**

1.1. Título de la Investigación : **CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA FARMACIA DEL CENTRO DE SALUD GUADALUPE, JULIACA - PUNO, 2023**

1.2. Nombre del instrumento : **CUESTIONARIO**  
 motivo de evaluación

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

Indicadores	Criterios	Deficiente				Baja				Regular				Buena				Muy Buena				
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
<b>1. Claridad</b>	Está formulado con lenguaje apropiado														X							
<b>2. Objetividad</b>	Está expresado en conductas observables														X							
<b>3. Actualidad</b>	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica															X						
<b>4. Organización</b>	Existe una organización lógica															X						
<b>5. Suficiencia</b>	Comprende los aspectos en cantidad y calidad														X							
<b>6. Intencionalidad</b>	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación																X					
<b>7. Consistencia</b>	Basado en aspectos teóricos científicos																X					
<b>8. Coherencia</b>	Entre los índices e indicadores																X					
<b>9. Metodología</b>	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																X					
<b>10. Pertinencia</b>	Es útil y adecuado para la investigación																X					

## PROMEDIO DE VALORACIÓN

75

## OPINIÓN DE APLICABILIDAD

1) Deficiente      2) Baja      3) Regular      4) Buena      5) Muy buena

Nombres y Apellidos : Tatiana Biane Rojas Are de Vellaneda  
DNI N° : 42040524      Teléfono/Celular : 988552955  
Dirección domiciliaria : Jr. Inca Ripac N°120  
Título Profesional : Ingeniería de Sistemas e Informática  
Grado Académico : Magister  
Mención : Investigación y docencia Superior



**Juliaca, 14 de noviembre del  
2023**

**FORMATO A:**

**VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR  
JUICIO DE EXPERTO**

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA  
FARMACIA DEL CENTRO DE SALUD GUADALUPE, JULIACA - PUNO, 2023**

**INVESTIGADORES:**        **AQUINO MENDOZA, keysi Lisbet**  
                                     **CUTIPA CALLOHUANCA, Max Meyer**

**FICHA DE REGISTROS DE DATOS**

**INSTRUCCIONES:**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS FARMACÉUTICAS Y BIOQUÍMICA**  
**APRECIACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

**Título del Estudio:** “CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA FARMACIA DEL Centro de Salud GUADALUPE, JULIACA - PUNO, 2023”.

Estimado profesional, tómese el tiempo para revisar y evaluar el instrumento de investigación proporcionado a continuación. Sus comentarios y sugerencias son valiosos para garantizar la calidad y precisión del instrumento antes de su aplicación en la población objetivo. Indique su nivel de acuerdo con cada enunciado utilizando la escala proporcionada. Además, proporcione comentarios y sugerencias detallados en la sección correspondiente. Su participación es altamente apreciada.

**Escala de Evaluación:**

Utilice la siguiente escala para indicar su nivel de acuerdo con cada enunciado:

1= Deficiente	2= Baja	3= Regular	4=Buena	5=Muy buena
---------------	---------	------------	---------	-------------

				Escala de Evaluación				
	No importante	Indiferente	Importante	1	2	3	4	5
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE: CALIDAD DE SERVICIO</b>								
<b>DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES</b>								
19. Las instalaciones físicas de la farmacia se encuentran en orden y son atractivas a la vista.							X	
20. La farmacia cuenta con los productos y medicamentos que necesita cuando usted lo necesita.								X
<b>DIMENSIÓN 2 FIABILIDAD</b>								
21. Cuando ingresa a la farmacia el personal muestra interés por atenderle.								X
22. La atención es fluida y sin errores por parte del personal.							X	
<b>DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>								
23. La atención es rápida y adecuada para el paciente.							X	
24. El personal resuelve de forma inmediata algún problema surgido en la atención.							X	
25. En caso de no contar con algún producto farmacéutico, le ofrecen alternativas y le explican.							X	
<b>DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD</b>								
26. El personal de la farmacia tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas y consultas relacionadas con su medicación.							X	
27. Durante la atención, el personal guarda reserva y respeto por su privacidad.								X
<b>DIMENSIÓN 5: EMPATÍA</b>								
28. El personal de la farmacia realiza una atención individualizada al paciente.								X
29. El personal de la farmacia dedica suficiente tiempo para comprender las necesidades específicas del paciente.								X
30. El horario de atención de la farmacia es conveniente para usted.							X	
<b>VARIABLE DEPENDIENTE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>								
<b>DIMENSIÓN: PERCEPCIÓN DEL SERVICIO</b>								
31. La instalación física de la Farmacia estuvo limpia y fue visualmente atractiva.								X
32. Encontró los medicamentos y/o productos que fue a comprar a la farmacia.							X	
33. Al ingresar a la farmacia, el personal mostró interés por atenderlo.								X



**FICHAS DE VALIDACIÓN DEL INFORME DE OPINIÓN POR JUICIO DE EXPERTO**

**III. DATOS GENERALES**

1.1. Título de la Investigación : **CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA FARMACIA DEL CENTRO DE SALUD GUADALUPE, JULIACA - PUNO, 2023**

1.2. Nombre del instrumento : **Cuestionario**  
motivo de evaluación

**IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

Indicadores	Criterios	Deficiente				Baja				Regular				Buena				Muy Buena			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
<b>1. Claridad</b>	Está formulado con lenguaje apropiado																			X	
<b>2. Objetividad</b>	Está expresado en conductas observables																			X	
<b>3. Actualidad</b>	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica															X					
<b>4. Organización</b>	Existe una organización lógica																X				
<b>5. Suficiencia</b>	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																X				
<b>6. Intencionalidad</b>	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación														X						
<b>7. Consistencia</b>	Basado en aspectos teóricos científicos																X				
<b>8. Coherencia</b>	Entre los índices e indicadores																X				
<b>9. Metodología</b>	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																	X			
<b>10. Pertinencia</b>	Es útil y adecuado para la investigación																X				



**PROMEDIO DE  
VALORACIÓN**

81

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

1) Deficiente    2) Baja    3) Regular    4) Buena    5) Muy buena

Nombres y Apellidos    : Carlos Max Rojas Aire

DNI N°    : 40126133    Teléfono/Celular    : 978514440

Dirección domiciliaria    : Jr. Inca Ripac N° 120 El Tambo - Huancayo

Título Profesional    : Químico Farmacéutico

Grado Académico    : Magister

Mención    : Investigación y docencia superior



Mg. Carlos Max Rojas Aire

***Juliaca, 12 de diciembre del  
2023***

**FORMATO A:**

**VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE  
INVESTIGACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO**

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA  
FARMACIA DEL CENTRO DE SALUD GUADALUPE, JULIACA - PUNO, 2023**

**INVESTIGADORES:**      **AQUINO MENDOZA, keysi Lisbet**  
   **CUTIPA CALLOHUANCA, Max Meyer**

**FICHA DE REGISTROS DE DATOS**

**INSTRUCCIONES:**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS FARMACÉUTICAS Y  
BIOQUÍMICA**

**APRECIACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

**Título del Estudio:** “CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA FARMACIA DEL Centro de Salud GUADALUPE, JULIACA - PUNO, 2023”.

Estimado profesional, tómese el tiempo para revisar y evaluar el instrumento de investigación proporcionado a continuación. Sus comentarios y sugerencias son valiosos para garantizar la calidad y precisión del instrumento antes de su aplicación en la población objetivo. Indique su nivel de acuerdo con cada enunciado utilizando la escala proporcionada. Además, proporcione comentarios y sugerencias detallados en la sección correspondiente. Su participación es altamente apreciada.

**Escala de Evaluación:**

Utilice la siguiente escala para indicar su nivel de acuerdo con cada enunciado:

1= Deficiente	2= Baja	3= Regular	4=Buena	5=Muy buena
---------------	---------	------------	---------	-------------

				Escala de Evaluación				
	No importante	Indiferente	Importante	1	2	3	4	5
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE: CALIDAD DE SERVICIO</b>								
<b>DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES</b>								
1. Las instalaciones físicas de la farmacia se encuentran en orden y son atractivas a la vista.								X
2. La farmacia cuenta con los productos y medicamentos que necesita cuando usted lo necesita.								X
<b>DIMENSIÓN 2 FIABILIDAD</b>								
3. Cuando ingresa a la farmacia el personal muestra interés por atenderle.							X	
4. La atención es fluida y sin errores por parte del personal.							X	
<b>DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>								
5. La atención es rápida y adecuada para el paciente.							X	
6. El personal resuelve de forma inmediata algún problema surgido en la atención.								X
7. En caso de no contar con algún producto farmacéutico, le ofrecen alternativas y le explican.							X	
<b>DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD</b>								
8. El personal de la farmacia tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas y consultas relacionadas con su medicación.							X	
9. Durante la atención, el personal guarda reserva y respeto por su privacidad.							X	
<b>DIMENSIÓN 5: EMPATÍA</b>								
10. El personal de la farmacia realiza una atención individualizada al paciente.								X
11. El personal de la farmacia dedica suficiente tiempo para comprender las necesidades específicas del paciente.							X	
12. El horario de atención de la farmacia es conveniente para usted.							X	
<b>VARIABLE DEPENDIENTE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>								
<b>DIMENSIÓN: PERCEPCIÓN DEL SERVICIO</b>								
13. La instalación física de la Farmacia estuvo limpia y fue visualmente atractiva.							X	
14. Encontró los medicamentos y/o productos que fue a comprar a la farmacia.								X
15. Al ingresar a la farmacia, el personal mostró interés por atenderlo.								X
16. La atención en la farmacia fue fluida y sin errores por parte del personal.							X	

17. Quedó satisfecho con la orientación y/o la absolución de dudas sobre su medicamento y o tratamiento									X
18. El personal de la farmacia le brindó una atención amable y cordial.									X

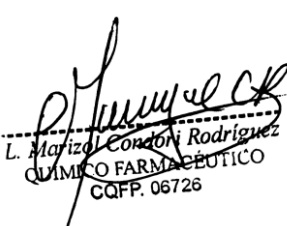
**PROMEDIO DE VALORACIÓN**

4

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

- 1) Deficiente      2) Baja      3) Regular      **4) Buena**      5) Muy buena

Nombres y Apellidos : Ibone Marizol Condori rodriguez  
 DNI N° : 02425544      Teléfono/Celular : 9511454014  
 Dirección domiciliaria : Jr. Tupac Amaru N° 746  
 Título Profesional : Químico Farmacéutico  
 Grado Académico : Magister  
 Mención : Farmacología Experimental



L. Marizol Condori Rodriguez  
 QUÍMICO FARMACÉUTICO  
 CQFP. 06726

**Juliaca, 14 de noviembre del  
 2023**

**FICHAS DE VALIDACIÓN DEL INFORME DE OPINIÓN POR JUICIO DE EXPERTO**

**I. DATOS GENERALES**

**1.1. Título de la Investigación: CALIDAD DE ATENCION Y NIVEL DE SATISFACCION DEL PACIENTE DE FARMACIA DEL CENTRO DE SALUD METROPOLITANO DE PUNO -2023**

**1.2. Nombre del instrumento**

**motivo de evaluación: FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Indicadores	Criterios	Deficiente				Baja				Regular				Buena				Muy Buena			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
<b>1. Claridad</b>	Está formulado con lenguaje apropiado															X					
<b>2. Objetividad</b>	Está expresado en conductas observables															X					
<b>3. Actualidad</b>	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica															X					
<b>4. Organización</b>	Existe una organización lógica															X					
<b>5. Suficiencia</b>	Comprende los aspectos en cantidad y calidad															X					
<b>6. Intencionalidad</b>	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación															X					
<b>7. Consistencia</b>	Basado en aspectos teóricos científicos															X					
<b>8. Coherencia</b>	Entre los índices e indicadores															X					
<b>9. Metodología</b>	La estrategia responde al propósito del diagnóstico															X					
<b>10. Pertinencia</b>	Es útil y adecuado para la investigación															X					

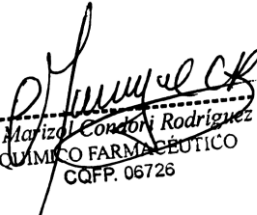
## PROMEDIO DE VALORACIÓN

80

## OPINIÓN DE APLICABILIDAD

a) Deficiente      b) Baja      c) Regular      **d) Buena**      e) Muy Buena

Nombre y Apellidos : Ibone Marisol Condori Rodriguez  
DNI N° : 02425544      Teléfono/Celular: 951454014  
Dirección domiciliaria : Jr Tupac Amaru 746  
Título Profesional : Químico Farmacéutico  
Grado Académico : Magister  
Mención : Farmacología Experimental.



L. Marisol Condori Rodríguez  
QUÍMICO FARMACÉUTICO  
CQFP. 06726

**Juliaca, 18 de diciembre del  
2023**