

NOMBRE DEL TRABAJO:

SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA ATENCION DE LA BOTICA BASFARMA, CAJAMARCA 2023.

ASESORA:

- Mg. Calderon Monge, Lessli Beatriz

AUTORES:

- Bach. Pelaez Chacon, Herbert
- Bach. Cerna Vergara, Julia Fabiola

RESUMEN DEL SOFTWARE DE DETECCIÓN DE SIMILITUDES

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO
TESIS - CERNA - PELAEZ.docx

RECUENTO DE PALABRAS 6458 Words	RECUENTO DE CARACTERES 35566 Characters
RECUENTO DE PÁGINAS 34 Pages	TAMAÑO DEL ARCHIVO 289.6KB
FECHA DE ENTREGA Jan 4, 2024 8:21 AM GMT-5	FECHA DEL INFORME Jan 4, 2024 8:21 AM GMT-5

● **19% de similitud general**
El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

• 19% Base de datos de Internet	• 0% Base de datos de publicaciones
---------------------------------	-------------------------------------

● **Excluir del Reporte de Similitud**

• Material bibliográfico	• Material citado
• Material citado	• Coincidencia baja (menos de 20 palabras)
• Bloques de texto excluidos manualmente	



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

TESIS

**SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA ATENCION DE LA BOTICA
BASFARMA, CAJAMARCA 2023**

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

AUTORES

Bach. Pelaez Chacon, Herbert

Bach. Cerna Vergara, Julia Fabiola

ASESOR

Mg. Huanca Gabriel, Isaias Loyolo

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Salud Pública

Huancayo - Perú

2023

DEDICATORIA

Dedico mi tesis primeramente a Dios por permitirme tener vida, salud y poder realizar uno más de mis propósitos que es ser Químico Farmacéutico. A mi madre, Lidia, por brindarme su amor y apoyo, comprensión durante esta larga y hermosa carrera. A mi hermano, Roberto, que más que hermano es mi verdadero amigo. A mi esposa, Doris Susana; a mis hijos, Krantz y Juhnny, por su apoyo, paciencia y colaboración para poder realizar este trabajo.

Herbert Peláez Chacón

Dedico mi tesis principalmente a Dios, por darme la fuerza necesaria para culminar esta meta. A la persona más luchadora y fuerte que puedo conocer: yo A mis hijos, para que cada una de mis metas alcanzadas les quede como ejemplo. A mi compañero de tesis, quien me hacía reaccionar cuando pensaba que no podía continuar.

Julia Fabiola Cerna Vergara

AGRADECIMIENTO

A nuestros docentes:

Sus palabras sabias, sus conocimientos precisos y orientados, a ustedes profesores, les debemos nuestros conocimientos. Donde quiera que vayamos, los llevaremos presentes en nuestro transitar profesional. Su semilla de conocimientos, germinó y se reproduce en el alma y espíritu. Gracias por su tolerancia, paciencia, por compartir su sabiduría de manera profesional, por su dedicación, perseverancia y esmero.

JURADOS

PRESIDENTE

Mg. Rojas Aire, Mery

SECRETARIO

Mg. Solgorre Contreras, Enrique Juan

VOCAL:

Mg. Huanca Gabriel, Isaias Loyolo

Declaratoria de autenticidad

Yo, HERBERT PELÁEZ CHACÓN de nacionalidad peruana, identificado con DNI N°. 27080447, de la Universidad Privada de Huancayo Franklin Roosevelt, Bachiller en FARMACIA Y BIOQUÍMICA, autor de la tesis titulada: “**SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA ATENCIÓN DE LA BOTICA BASFARMA, CAJAMARCA 2023**” Declaro que: **TODA LA INFORMACIÓN PRESENTADA ES AUTÉNTICA Y VERAZ**, siendo resultado del 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 objetos de sanciones universitarios y/o legales.

Huancayo 14 de agosto del 2023



HERBERT PELÁEZ CHACÓN
27080447



HUELLA DIGITAL

Declaratoria de autenticidad

Yo, Julia Fabiola Cerna Vergara de nacionalidad peruana, identificado con DNI N°. 43006295, de la Universidad Privada de Huancayo Franklin Roosevelt, Bachiller en FARMACIA Y BIOQUÍMICA, autor de la tesis titulada: **“SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA ATENCIÓN DE LA BOTICA BASFARMA, CAJAMARCA 2023”** Declaro que: **TODA LA INFORMACIÓN PRESENTADA ES AUTÉNTICA Y VERAZ**, siendo resultado del 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 objetos de sanciones universitarios y/o legales.

Huancayo 14 de agosto del 2023

The image shows two forms of authentication: a handwritten signature in black ink on the left and a dark, circular digital fingerprint impression on the right.

CERNA VERGARA JULIA FABIOLA
43006295

HUELLA DIGITAL

RESUMEN

Objetivo: Conocer la proporción de los usuarios satisfechos con la atención recibida en la botica Basfarma de Cajamarca. **Método:** El tipo de investigación es básica, de diseño no experimental, de observación descriptiva, prospectiva y transversal. La muestra estuvo conformada por 92 usuarios de la Botica Basfarma, la técnica usada fue la encuesta, y el instrumento empleándose una escala. **Resultados:** Con respecto al género, el 60,9% de los usuarios encuestados es de género femenino, mientras que el 39,1% es masculino. En relación a la edad de los usuarios encuestados, predominó adultos entre 27 y 59 años con un 64,1%. Respecto a la fiabilidad y seguridad en la atención, el 76,1% de los usuarios encuestados señalaron estar satisfecho, por otra parte, el 23,9% señaló estar insatisfecho. En relación a los elementos tangibles presentes en la botica Basfama, el 79,3% de los usuarios encuestados indicó estar satisfecho, mientras que el 20,7% indicó estar insatisfecho. El 75% de los usuarios encuestados manifestó estar satisfecho con la capacidad de respuesta de la botica Basfarma; no obstante, el 25% indicó estar insatisfecho. El 72,8% de los usuarios encuestados señaló estar satisfecho con la empatía recibida en la atención, mientras que el 27,2% señaló estar insatisfecho. **Conclusiones:** La satisfacción general con la atención brindada por la botica Basfarma se muestra mayoritariamente positiva, un 75% de los usuarios expresando su satisfacción en prácticamente todas las dimensiones consideradas en la evaluación del establecimiento. Esto refleja la calidad de servicio que Basfarma ha logrado proporcionar a la mayoría de sus usuarios

Palabras claves: Satisfacción, usuario, atención recibida.

ABSTRACT

The present research **aims** to: Determine the proportion of users satisfied with the service received at Basfarma pharmacy in Cajamarca. **Method.** The research is basic, with a non-experimental design, descriptive, prospective, and cross-sectional observation. The sample consisted of 92 users of Basfarma Pharmacy, the technique used was a survey, and the instrument employed a scale. **Results.** Regarding gender, 60.9% of surveyed users are female, while 39.1% are male. Regarding the age of surveyed users, adults between 27 and 59 years old predominated, accounting for 64.1%. Regarding reliability and safety in service, 76.1% of surveyed users reported being satisfied, while 23.9% reported being dissatisfied. Regarding the tangible elements present at Basfarma pharmacy, 79.3% of surveyed users indicated being satisfied, while 20.7% indicated being dissatisfied. 75% of surveyed users expressed satisfaction with the responsiveness of Basfarma pharmacy; however, 25% reported dissatisfaction. 72.8% of surveyed users stated being satisfied with the empathy received in service, while 27.2% reported dissatisfaction. **Conclusions.** Overall satisfaction with the service provided by Basfarma pharmacy is mostly positive, with 75% of users expressing satisfaction in practically all dimensions considered in the evaluation of the establishment. This reflects the quality of service that Basfarma has managed to provide to the majority of its users.

Keywords: Satisfaction, user, attention received.



LEONOR NATALIA HUAYNATE LÓPEZ
Docente Traductor Inglés
CENTRO DE IDIOMAS

ÍNDICE

Carátula	<i>i</i>
Dedicatoria	<i>ii</i>
Agradecimiento	<i>iv</i>
Declaratoria de autenticidad	<i>vi</i>
Índice	<i>viii</i>
Resumen	9
I. INTRODUCCIÓN	11
II. MÉTODO	19
2.1 Tipo y diseño de investigación	19
2.2 Operacionalización de variables	20
2.3 Población, muestra y muestreo	21
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	22
2.5 Procedimiento de recolección de datos	22
2.6 Método de análisis de datos	22
2.7 Aspectos éticos	22
III. RESULTADOS	23
3.1 Caracterización de la muestra	23
3.2 Resultados de las dimensiones de satisfacción del usuario	23
3.3 Resultado general de la satisfacción del usuario	25
IV. DISCUSIÓN	
V. CONCLUSIONES	
VI. RECOMENDACIONES	
REFERENCIAS	18
ANEXOS	
1. Instrumento de recolección de datos	
2. Matriz de consistencia	

I. INTRODUCCIÓN

La deficiente y precaria infraestructura de los establecimientos de salud, la falta de equipos, de tecnologías de vanguardia, el desabastecimiento de productos farmacéuticos y dispositivos médicos y la deficiencia en número de personal capacitado que requieren los establecimientos de salud según demanda, entre otros, se percibe como insatisfacción de los usuarios a los servicios de salud. Estas deficiencias se deben a las desigualdades socioeconómicas existentes en nuestro país en las zonas rurales, urbano marginales e incluso en las grandes ciudades, desigualdades que se hacen notorias entre los servicios que ofrecen las entidades públicas y privadas, donde las últimas invierten más en mejorar su infraestructura, contar con equipos de última tecnología y personal mejor capacitado. En la evaluación de los servicios de salud, en la actualidad la perspectiva que tienen los pacientes acerca de un establecimiento, son validadas para la evaluación de la calidad de atención que ofrecen; por lo que dichos establecimientos de salud en teoría, al mismo tiempo deben reunir las siguientes condiciones; ser efectivos y económicamente eficientes, deben ser aceptables, convenientes y atractivos para los usuarios, ya que su opinión es la que finalmente valida el proceso de atención. En ese sentido, la calidad de atención en los servicios de salud, es la capacidad de satisfacer las expectativas del usuario e incluso superarlas (1).

Una atención de calidad no solo abarca considerar un trato amable, atención con calidez y el humanismo en la atención, sino que también involucra diferentes factores como los recursos materiales y la capacidad profesional que debe tener para resolver problemas. Por lo que, conocer el nivel de satisfacción de los usuarios posibilitará obtener información para ser analizada por los gestores identificar las deficiencias y proponer estrategias de mejora continua, así como reforzar las fortalezas para cumplir con los objetivos institucionales.

El Ministerio de Salud a través de la Dirección General de Salud de las personas, indica que su prioridad es que los servicios de salud en sus instituciones sean de calidad. En los últimos años, han implementado estrategias que permitan la evaluación de la satisfacción de los usuarios dentro del marco de la eficacia y la ética del personal de salud (2). En este sentido con la RM 527- 2011/Minsa, se aprobó la “Guía Técnica para la evaluación de la satisfacción del usuario externo en los establecimientos de salud y servicios médicos de

Apoyo” (3), esta guía está basada en la encuesta SERVQUAL elaborada por Zeithaml, Parasuraman, y Berry (2).

Habiéndose encontrado en estudios similares que la percepción de calidad de atención en salud es baja en los países de bajos y medios recursos económicos, dentro de ellos los hospitales MINSA del Perú (4), con la finalidad de aportar conocimientos actualizados y contextualizados sobre las perspectivas, opiniones y necesidades de los usuarios de la botica Basfarma de la ciudad de Cajamarca, se han planteado las siguientes interrogantes:

Problema principal:

¿Cuál es la proporción de usuarios satisfechos con la atención recibida en la botica Basfarma de Cajamarca?

Problemas específicos:

¿Cuál es la proporción de los usuarios satisfechos con la dimensión fiabilidad en la atención recibida en la botica Basfarma de Cajamarca?

¿Cuál es la proporción de los usuarios satisfechos con la dimensión seguridad en la atención recibida en la botica Basfarma de Cajamarca?

¿Cuál es la proporción de los usuarios satisfechos con la dimensión elementos tangibles en la atención recibida en la botica Basfarma de Cajamarca?

¿Cuál es la proporción de los usuarios satisfechos con la dimensión capacidad de respuesta en la atención recibida en la botica Basfarma de Cajamarca?

¿Cuál es la proporción de los usuarios satisfechos con la dimensión empatía en la atención recibida en la botica Basfarma de Cajamarca?

Las respuestas a estas interrogantes permitirán identificar los problemas que se presentan y tomar decisiones con la finalidad de implementar acciones para la mejora continua.

Para ello nos planteamos los siguientes objetivos:

Objetivo General

Conocer la proporción de los usuarios satisfechos con la atención recibida en la botica Basfarma de Cajamarca.

Objetivos específicos:

Conocer la proporción de usuarios satisfechos de la dimensión fiabilidad en la atención recibida en la botica Basfarma de Cajamarca.

Conocer la proporción de usuarios satisfechos sobre la dimensión seguridad en la atención recibida en la botica Basfarma de Cajamarca.

Conocer la proporción de usuarios satisfechos sobre la dimensión elementos tangibles en la atención recibida en la botica Basfarma de Cajamarca.

Conocer la proporción de usuarios satisfechos sobre la dimensión capacidad de respuesta en la atención recibida en la botica Basfarma de Cajamarca.

Conocer la proporción de usuarios satisfechos sobre la dimensión empatía en la atención recibida en la botica Basfarma de Cajamarca.

Antecedentes Internacionales:

Fariño J. et al (2018) en su estudio sobre la calidad y que tan satisfechos quedan los usuarios ante las unidades operativas de atención primaria de salud, tuvieron de finalidad reconocer la satisfacción y el nivel de calidad de atención que reciben los usuarios por parte de las unidades operativas de atención primaria de salud en la ciudad de Milagro, para ello desarrollaron la estrategia de trabajo del enfoque cuantitativo, descriptivo, tipo no experimental de corte transversal. El Muestreo fue para poblaciones infinitas obteniéndose 384 usuarios como muestra. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario según el modelo SERVQUAL. Resultados: la mayoría de los de los usuarios se encuentran satisfechos con la dimensión tangible, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; sin embargo, en cuanto a la dimensión fiabilidad se observa mayor porcentaje de insatisfacción. Conclusión: se determinó que la calidad de la atención es media al igual que la variable satisfacción del usuario (5).

Guadalupe F. et al. (2018), desarrollaron una investigación sobre satisfacción y calidad del servicio en salud, cuyo objetivo fue conocer cuán satisfechos quedaban los usuarios y el nivel de calidad de atención por parte del área de emergencia del Hospital General IESS Milagro, esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo con corte transversal, el diseño fue no experimental. Los resultados hallados muestran que la capacidad de respuesta, la fiabilidad y seguridad son los que obtuvieron menores calificación; sin embargo, la dimensión tangibilidad obtuvo la mejor calificación.

Conclusión: Los usuarios no estuvieron satisfechos ni insatisfechos, esto de acuerdo al promedio sobre la media (6).

Hernández L. et al (2021), realizaron la investigación sobre satisfacción como indicador de calidad de los servicios de enfermería en una clínica cubana, cuyo objetivo fue identificar el nivel de satisfacción con la calidad del servicio de enfermería en los pacientes hospitalizados, para lo cual desarrollaron el método descriptivo, cuantitativo, transversal. La muestra lo constituyeron 195 usuarios, la técnica usada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario SERVQUAL. Los resultados en la dimensión elementos tangibles la media en expectativas fue 6,19 y en percepciones 6,59 (+0,40), en la dimensión fiabilidad se obtuvo como media en expectativas 6,20 y en percepciones 6,59 (+0,39), en capacidad de respuesta la media obtenida en expectativas fue 5,85 y en percepciones 5,98 (+0,13), en seguridad la media en expectativas fue 6,26 y en percepciones 6,63 (+0,37) y en la dimensión empatía se obtuvo una media de expectativas de 6,21 y en percepciones 6,61 (+0,40) (7).

A continuación, presentamos los antecedentes nacionales:

Febres R. y Mercado M. (2020), en su investigación sobre satisfacción del usuario y calidad de atención realizado en un hospital de la ciudad de Huancayo, su finalidad fue precisar la satisfacción de los usuarios en cuanto a la calidad del servicio recibido en consultas externas de medicina interna en el hospital Daniel Alcides Carrión, para lo cual utilizaron el método observacional, descriptivo de corte transversal el método fue la encuesta y el instrumento el cuestionario SERVQUAL. Los resultados obtenidos fueron: La satisfacción global de los usuarios fue de 60.3%, las dimensiones con mayor porcentaje de satisfacción fueron seguridad y empatía con 86,8 % y 80,3 % respectivamente; mientras que las dimensiones con mayor porcentaje de insatisfacción fueron: aspectos tangibles con el 57,1 % y capacidad de respuesta de los servicios de salud con el 55,5%. Conclusión: El sistema de salud debe implementar estrategias de mejora continua (1).

Huamán, C. (2021), realizaron una investigación sobre la calidad de atención farmacéutica y satisfacción del cliente en la botica Sofía, Imperial-Cañete, con el objetivo de determinar la calidad atención farmacéutica y satisfacción del cliente en la botica Sofía Imperial-Cañete, con una muestra de 269 clientes de la botica, se encontró que, la calidad de atención farmacéutica es favorable de la mayoría los clientes que acuden a la botica con un 72,5% de los casos, y en Satisfacción al Cliente se muestran insatisfechos un 85.5%

de ellos, en relación a las dimensiones de la Calidad de atención farmacéutica, en su mayoría presenta una calidad favorable de acuerdo a las dimensiones de tangibilidad (56.5%), fiabilidad (52.4%) , capacidad de respuesta (50.2%), y una calidad favorable en las dimensiones de empatía (66.5%) (8).

Caruajulca R, et al (2020), en su indagación sobre “Calidad de atención farmacéutica y satisfacción del cliente en la botica Rocío de San Juan de Lurigancho”, tuvo como meta establecer la conexión entre la calidad de la atención en la botica y la satisfacción del servicio que reciben los usuarios. El estudio se realizó con la participación de 196 clientes, el diseño del estudio fue descriptivo de enfoque cuantitativo, llegándose a los siguientes resultados: los clientes opinan que están muy satisfechos en la dimensión humanística, tecnológica - científica y entorno; y califican como calidad excelente a las dimensiones de Seguridad, empatía y tangibilidad; calidad buena en las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuesta. Conclusión: existe relación entre satisfacción del cliente y calidad de atención estadísticamente significativa (9).

Entre los aspectos teóricos y marco conceptual que refuerzan nuestro trabajo de investigación tenemos:

La percepción

La percepción es cómo valoran los usuarios los servicios presentados por el personal de salud y el centro de salud. En otras palabras, la manera cómo las perciben y valoran la asistencia de dicha institución. Las percepciones tienen que ver o están o son vinculadas con algunas características que llamaremos dimensiones de la calidad del servicio y estas son; confiabilidad, seguridad, sensibilidad, empatía, y elementos tangibles.

Expectación del usuario. Define lo que el usuario espera del servicio que brinda la instalación sanitaria.

Satisfacción del usuario. Se puede conceptualizar como el nivel de realización recibida del centro de salud de acuerdo a las expectativas y percepciones del usuario en relación a las asistencias que son ofrecidas.

La Calidad

La calidad no puede ser generalizada ya que puede variar de acuerdo a la consideración de las personas debido a que estas se basan en diversos criterios respaldados en sus características dentro de la cadena de valor de producción-comercialización. En una

investigación, en la que administradores de más de 80 empresas fueron encomendados a definir la calidad, se obtuvieron varias docenas de numerosas respuestas, entre ellas las siguientes: Perfección, consistencia, velocidad de entrega, proveer un producto de calidad y con utilidad, dar una buena impresión a la primera, contentar a los clientes, servicio eficaz para el cliente. En conclusión, hay diferentes puntos de vista acerca de la calidad y es importante considerarlas. (10).

La calidad en el servicio es la aprobación con las determinantes de los clientes. La calidad en el servicio se determina en la práctica de este. Las cinco características que los clientes buscan a la hora de usar un servicio, son las siguientes:

Tangibilidad, es lo que ofrece el servicio a simple vista. Pongamos el caso de un restaurante con pisos limpios y personal aseado, este elevará la impresión del usuario a diferencia de uno que no tenga estas cualidades positivas.

Confiabilidad, es la posibilidad de cumplir con el servicio ofrecido de manera precisa desde el primer momento.

Tiempo de respuesta, es la rapidez para satisfacer, el servicio de atender a los usuarios eficientemente y con prontitud. Además de conllevar demostrar al cliente que valora su preferencia y desea conservarla.

Seguridad (confianza), es la disposición asertiva del personal que imparta confianza en los clientes. La seguridad busca poner al personal adecuado en el puesto adecuado.

Empatía, abarca más que un profesional cortés. Se refiere a la predisposición de entender las necesidades exactas del cliente y hallar el modo correcto de complacerlas.

Lo que separa lo que los clientes esperan y el servicio que reciben, es: - La diferencia entre lo que los clientes desean y lo que la gerencia piensa que desean (11).

Con RM 527- 2011/Minsa, se aprobó la “Guía Técnica para la evaluación de la satisfacción del usuario externo en los establecimientos de salud y servicios médicos de Apoyo”, basada en la encuesta SERVQUAL; esta técnica nos permite medir la calidad de atención que brinda una organización conociendo las expectativas y apreciaciones sobre los servicios que reciben los usuarios; permite evaluar, pero también es un **instrumento de mejora**. Está estructurada en tres partes:

En la **primera**, se hace conocimiento de las expectativas del usuario ante un servicio, esto es realizado mediante un cuestionario, además de 22 declaraciones. Sobre ellas el usuario deberá puntuar, en una escala de 1 a 7, el nivel de expectativa para cada declaración.

En la **segunda**, se percibe la **percepción del cliente** acerca del servicio brindado por la empresa. En concreto, indicar hasta qué punto considera que la empresa posee las características descritas en cada declaración.

Por último, la **tercera**, ubicada en medio de las dos mencionadas previamente, cuantifica la **apreciación** de los usuarios de acuerdo con la **importancia relativa de los cinco criterios**, lo que permitirá **ponderar** las puntuaciones obtenidas.

Se tomará en cuenta las declaraciones (22) referenciales a las cinco dimensiones que evalúa la calidad de atención estas son agrupadas de la siguiente manera:

- Fiabilidad: 1 – 5.
- Capacidad de respuesta: 6 – 9.
- Seguridad: 10 – 13.
- Empatía: 14 – 18.
- Elementos tangibles: 19 – 22.

Servqual. Determina a la calidad de servicio como la disimilitud entre las percepciones y las expectativas de los usuarios externos.

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

Seguridad: Es el conocimiento y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza. Es decir, el Químico Farmacéutico demuestra conocimiento al atender, transmitiendo seguridad a los usuarios fomentando un trato amable y utilizando los protocolos de atención.

Elementos tangibles: Es la apariencia física de la farmacia, el personal Químico Farmacéutico utiliza indumentarias adecuadas y realiza permanentemente la desinfección

del lugar donde se atiende a los pacientes para prevenir el contagio de Covid-19 y otras enfermedades.

Capacidad de respuesta: Es la capacidad para atender la problemática de los usuarios y dar una solución rápida y eficaz. El personal Químico Farmacéutico atiende con rapidez, absolviendo preguntas de forma clara y sencillo, brindando diferentes alternativas de los medicamentos.

Empatía: Se refiere al nivel de atención individualizado que ofrece el Químico Farmacéutico a los usuarios, así mismo se interesa por las necesidades de los pacientes.

Fuente: Bustamante M et al. 2019 20

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

El tipo de investigación es básica, porque busca generar conocimientos nuevos, trata de describir las variables que intervienen en el estudio, es decir describe estadísticamente la magnitud de un problema, en nuestro estudio, sobre la percepción de los usuarios del servicio de farmacia.

El diseño será no experimental porque no se utiliza el método experimental, más bien se emplea la metodología de observación descriptiva, es prospectivo porque los datos se recolectarán durante el desarrollo de la investigación, será de corte transversal porque los datos se recolectarán en una sola oportunidad (12).

2.2. Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION PERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TIPO DE VARIABLE	ESCALA DE MEDIDA
Satisfacción del usuario	Nivel o estado de cumplimiento por parte de la institución de salud, respecto a las expectativas y percepciones del usuario en relación a los servicios ofrecidos.	Diferencias entre percepciones y expectativas	<p>Fiabilidad</p> <p>Seguridad</p> <p>Elementos tangibles.</p> <p>Capacidad de respuesta.</p> <p>Empatía.</p>	<p>Demuestra habilidad y conocimiento en la atención.</p> <p>Trasmite confianza a los usuarios.</p> <p>Demuestra apariencia física pulcra.</p> <p>Atiende de manera rápida y oportuna.</p> <p>Tienen en cuenta la intimidad, necesidades y preocupaciones de los usuarios</p>	Ordinal	<p>Percepción 1-7</p> <p>Expectativas 1 – 7</p> <p>Siendo 1 la menor calificación y 7 la máxima calificación.</p>

2.3. Población, muestra y muestreo

Población

En el presente estudio la población estará formada por los usuarios que acuden en el mes de mayo a la botica Basfarma.

Muestra

Para calcular el tamaño de la muestra utilizaremos la siguiente formula:

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

Donde:

p q = Varianza de la población; Z=

nivel de confianza,

e = Error muestral,

N = población

Probabilidad 95% y margen de error 5%, según estos datos se tiene

z = 1.96; p = 0.5; q = 0.5; d = 0.05; N = 380

reemplazando en la formula se encontró

n = 192

Criterios de inclusión:

- Usuarios que acuden al servicio de farmacia de ambos sexos y que sean mayores de edad.
- Familiar u otra persona mayor de edad que acompaña al usuario del servicio de farmacia.
- Usuarios de la farmacia que estén en todas sus facultades mentales.
- Usuario de la farmacia que esté de acuerdo en participar de la encuesta.

Criterios de exclusión:

- Usuarios o familiares que no estén de acuerdo en participar en el estudio.
- Acompañante de usuarios menores de edad y que presenten discapacidad de algún tipo que no puedan expresar su opinión.

- Usuarios con trastornos mentales.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Para recolectar los datos se tendrá en cuenta la técnica de la encuesta, con el objetivo de recopilar y tratar la información de los elementos pertenecientes a la muestra.

El instrumento a usar será el cuestionario SERVQUAL que este compuesto de dos partes, una es expectativas y otra las percepciones, las cuales se valorarán del 1 al 7 siendo 1 como la menor calificación y 7 la mayor calificación.

Las preguntas deben ser formuladas en forma sencilla y clara, de fácil comprensión por los usuarios.

Validez del instrumento; se utilizará el instrumento según Norma Técnica N° 527 – 2011 MINSA, el cual se adaptará a la investigación que se está realizando, siendo este validado por expertos; estos son profesionales Químicos Farmacéuticos con experiencia en investigación y con grado de maestro y/o doctor.

Procedimiento de recolección de datos

Los recolectados mediante el cuestionario serán tabulados en hoja de cálculo Excel y SPSS V.18, además se hará un análisis estadístico que consiste en describir en forma cuantitativa.

2.5. Análisis de datos

En la parte descriptiva, se realizará mediante las tablas de frecuencias y gráficos correspondientes.

2.6. Aspectos éticos

Criterios éticos; según el código de ética del colegio de Químicos farmacéuticos del Perú.

El Químico publicará los resultados encontrados en su investigación, entre los establecimientos de salud y los profesionales Farmacéuticos e informará al Colegio de Químico Farmacéutico del Perú. También se conservará la confidencialidad de los participantes.

Los resultados y conclusiones derivados del estudio serán publicados en los medios de comunicación establecidos por la Universidad Roosevelt.

III. RESULTADOS

3.1. Caracterización de la muestra

Tabla N°1

Género		
	N	%
Masculino	36	39,1%
Femenino	56	60,9%
Total	92	100%

Con respecto al género, el 60,9% de los usuarios encuestados es de género femenino, mientras que el 39,1% es masculino.

Tabla N°2

Edad		
	N	%
Joven (18-26)	30	32,6%
Adulto (27-59)	59	64,1%
Adulto mayor (de 60 a más)	3	3,3%
Total	92	100%

En relación a la edad de los usuarios encuestados, el 64,1% indicó ser adulto (27-59 años), el 32,6% son jóvenes (18-26 años) y el 3,3% son adultos mayores (60 años a más).

3.2. Resultados de las dimensiones de satisfacción del usuario

Tabla N°3

Fiabilidad		
	N	%
Satisfecho	70	76,1%
Insatisfecho	22	23,9%
Total	92	100%

Respecto a la fiabilidad en la atención, el 76,1% de los usuarios encuestados señaló estar satisfecho; por otro lado, el 23,9% indicó estar insatisfecho.

Tabla N°4

Seguridad		
	N	%
Satisfecho	70	76,1%
Insatisfecho	22	23,9%
Total	92	100%

Con respecto a la seguridad durante la atención, el 76,1% de los usuarios encuestados indicó estar satisfecho; por otra parte, el 23,9% señaló estar insatisfecho.

Tabla N°5

Elementos tangibles		
	N	%
Satisfecho	73	79,3%
Insatisfecho	19	20,7%
Total	92	100%

En relación a los elementos tangibles presentes en la botica Basfama, el 79,3% de los usuarios encuestados indicó estar satisfecho, mientras que el 20,7% indicó estar insatisfecho.

Tabla N°6

Capacidad de respuesta		
	N	%
Satisfecho	69	75,0%
Insatisfecho	23	25,0%
Total	92	100%

De acuerdo a la tabla 6, el 75% de los usuarios encuestados manifestó estar satisfecho con la capacidad de respuesta de la botica Basfarma; no obstante, el 25% indicó estar insatisfecho.

Tabla N°7

Empatía		
	N	%
Satisfecho	67	72,8%
Insatisfecho	25	27,2%
Total	92	100%

Respecto a la tabla 7, el 72,8% de los usuarios encuestados señaló estar satisfecho con la empatía recibida en la atención, mientras que el 27,2% señaló estar insatisfecho.

3.3. Resultado general de la satisfacción del usuario

Tabla N°8

Satisfacción con la atención de la botica Basfarma		
	N	%
Satisfecho	69	75,0%
Insatisfecho	23	25,0%
Total	92	100%

La tabla 8 demuestra que el 75% de los usuarios encuestados se siente satisfecho con la atención recibida en la botica Basfarma, mientras que el 25% se siente insatisfecho.

IV. DISCUSIÓN

La investigación realizada tiene como finalidad seguir impulsando la mejora en la calidad de atención que reciben los usuarios en los establecimientos farmacéuticos, de modo que se logre cumplir con sus necesidades según la normativa y reglamentos impuestos. De este modo, nuestro propósito es conocer la percepción de los usuarios que acuden a la botica Basfarma en el mes de mayo, Cajamarca 2023.

Con respecto a la dimensión de fiabilidad en el establecimiento, de los datos obtenidos en las encuestas realizadas para la investigación se puede inferir que poco más del 76% de los usuarios encuestados percibió un alto conocimiento y una atención correcta por parte del personal farmacéutico, lo cual les avaló fiabilidad en la botica Basfarma. Sin embargo, casi el 24% se sintió insatisfecho por la falta de fiabilidad. A diferencia de esta situación, la investigación realizada por Fariño (2018), determinó que el mayor porcentaje de usuarios encuestados mostraron insatisfechos con la dimensión fiabilidad.

Por otro lado, acerca de la dimensión de capacidad de respuesta, más del 70% de nuestra población encuestada se sintió satisfecha ya que identificó rapidez y disposición del personal para una atención óptima. No obstante, el 25% quedó insatisfecho al no identificar la predisposición del personal hacia los usuarios. Si bien esta no es una cifra grande, es desfavorable para el establecimiento ya que puede influir negativamente a la percepción de la imagen de su servicio además de no cumplir con las normativas. Sin embargo, el panorama estudiado por Guadalupe (2018), fue contradictorio a los resultados de la presente investigación, pues la capacidad de respuesta fue una de las categorías peores puntuadas por los usuarios, al igual que la dimensión de fiabilidad y seguridad.

Del mismo modo, con relación a los datos recolectados sobre la seguridad brindada por el personal, poco más del 76% de los encuestados se sintió satisfecho por la disposición, respeto y confianza recibida por el personal farmacéutico de Basfarma al atender las dudas, mantener la privacidad y brindar la debida atención a los usuarios. A pesar de la buena percepción de la mayoría de los usuarios, casi el 24% expresó su insatisfacción por la carencia de seguridad al momento de la atención. Asimismo, Febres y Mercado (2020) precisaron que la dimensión de seguridad fue igualmente la dimensión de seguridad fue la dimensión mejor puntuada.

Así mismo, en cuanto a la dimensión de empatía, los datos obtenidos en las encuestas arrojan que más del 70% reconoció amabilidad, paciencia y predisposición en el trato del personal

del establecimiento farmacéutico Basfarma. Respecto a los usuarios insatisfechos, la cifra fue similar a las de anteriores dimensiones, con un 27,2%. Esto podría significar que hubo un grupo de personas que compartieron entre sí su insatisfacción con el servicio del establecimiento en la mayoría de las dimensiones. Del mismo modo, de acuerdo a la investigación realizada por Huamán, arrojó que un porcentaje similar manifestó satisfacción en cuanto a la empatía brindada por parte del personal del establecimiento.

También se investigó la percepción de los usuarios sobre los elementos tangibles presentes en Basfarma, casi el 80% se sintió satisfecho al notar que la botica estaba correctamente señalizada, además identificó una buena higiene del personal, un ambiente limpio y con los medicamentos ordenados. Asimismo, poco menos del 21% de la población encuestada no se satisfizo con los elementos tangibles de la botica. Lo cual, al ser un indicador negativo, puede ser motivo para impulsar el esfuerzo a lograr el ofrecimiento de una atención de mejor calidad para que satisfaga a todos los usuarios. De la misma manera, el estudio realizado por Carajulca dio cuenta resultados positivos y similares a los expuestos, pues en el ámbito de la tangibilidad la puntuación dada por los usuarios fue excelente.

Por último, en cuanto a la satisfacción con la atención de la botica Basfarma, la percepción de los usuarios fue en su mayoría positiva.

V. CONCLUSIONES

1. Se encontró que el 76.1% de los usuarios de la botica Basfarma se encuentran satisfecho en la dimensión fiabilidad, es evidente que el establecimiento ha establecido una base sólida de confianza y calidad en sus servicios.
2. Los datos recopilados en relación a la seguridad proporcionada por el personal de la botica Basfarma muestra un 76.1% muestran una satisfacción por parte de los usuarios. Estos resultados subrayan la importancia de continuar trabajando en la mejora de la seguridad percibida por los usuarios para garantizar una experiencia más positiva y confiable para todos los clientes.
3. La percepción de los usuarios en relación a los elementos tangibles en Basfarma arrojan una imagen generalmente positiva, 79.3% satisfechos. Estos resultados tendrían que ver por la señalización adecuada, la higiene del personal, un ambiente limpio y medicamentos ordenados en la botica. Sin embargo, se debe tener en cuenta áreas de mejora en la atención al usuario.
4. El 75% de los usuarios se sienten satisfechos con la capacidad de respuesta del establecimiento, lo que sugiere que la mayoría experimenta una atención rápida y efectiva. Esto es un indicador positivo de eficiencia en el servicio y de la capacidad de adaptación del personal de la botica.
5. Es alentador ver que el 72.8% encuestados destacó la empatía mostrada por el personal farmacéutico, lo que sugiere un esfuerzo por parte del establecimiento en brindar un trato respetuoso y cálido, estos datos subrayan la importancia de escuchar y responder a las preocupaciones de los clientes para fortalecer la reputación y la satisfacción del establecimiento.
6. La satisfacción general con la atención brindada por la botica Basfarma se muestra mayoritariamente positiva (75%), expresando su satisfacción en prácticamente todas las dimensiones consideradas en la evaluación del establecimiento. Esto refleja la calidad de servicio que Basfarma ha logrado proporcionar a la mayoría de sus usuarios.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda investigar sobre las expectativas de los usuarios, para implementar el servicio ofrecido de acuerdo a la necesidad del usuario.
2. Existe la necesidad de una continua mejora en la atención en cuanto a la seguridad, la botica debe considerar cuidadosamente las preocupaciones de sus clientes para identificar áreas de mejora y garantizar una experiencia positiva.
3. Los establecimientos deben asegurarse de cumplir con todas las regulaciones y estándares de calidad requeridos por las autoridades sanitarias, la monitorización de estándares de calidad es un asunto al que debería prestarse más atención.
4. Resulta beneficioso para el establecimiento realizar una evaluación de la satisfacción del cliente; realizar encuestas periódicas de satisfacción del cliente para medir continuamente la percepción de los usuarios y realizar mejoras basadas en los resultados.
5. Hacer un enfoque en la empatía es sustancial, ya que anima al personal a mostrar empatía y comprensión hacia los usuarios, por ello es necesario realizar capacitaciones permanentes.
6. Para mantener y mejorar la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, se recomienda que la botica se esfuerce en abordar las preocupaciones de su grupo y trabajar en la creación de una experiencia más positiva y consistente para todos los usuarios.

I. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Febres, R. Satisfacción del usuario y calidad de atención del servicio de medicina interna del Hospital Daniel Alcides Carrión. Huancayo - Perú. Revista de la Facultad de Medicina Humana. 2020; 20(3): p. 397- 403.
2. C. P. Calidad de atención y satisfacción del usuario externo del Cewntro de Salud de zona rual peruana. Recien. 2020; 9(1).
3. Ministerio de Salud. Plataforma Digital Unica Del Estado Peruano. [Online].; 2011. Acceso 16 de ENERO de 2023. Disponible en: <https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/243428-527-2011->.
4. ALONSO S. 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. Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Publica. 2019; 36(2).
5. Units-Milagro SduycdaeupdSdM/SotuaqoaIPHC. Biblioteca Virtual en Salud. [Online].; 2018. Acceso 24 de 01 de 2023. Disponible en: <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/biblio-986627>.
6. Guadalupe, F. Satisfacción de los usuarios y la calidad de atención que se brinda en el área de emergencia del hospital general Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social Milagro; 2018. Ciencia Digital. 2019; 3(3).
7. Hernadez, Leon Roman Ca, Miranda Guerra Adj, Hernandez Rodriguez C. Satisfacción de usuarios como indicador de calidad de los servicios de enfermería, Clínica Central Cira García. Revista Cubana de Enfermeria. 2021; 37(4).
8. Huaman, K; Valeriano, N. Calidad De Atención Farmacéutica Y Satisfacción Del Cliente En La Botica Rocio, San Juan De Lurigancho, 2020. [Online]; 2020. Disponible En: <https://hdl.handle.net/20.500.12970/793>.

9. Caruajulca, J; Vargas, Q. Calidad De Atención Farmacéutica Y Satisfacción Del Cliente En La Botica Rocio, San Juan De Lurigancho, 2020. [Online]; 2020. Disponible en:
<https://repositorio.uma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12970/335/CALIDAD%20DE%20ATENCI%C3%93N%20FARMAC%C3%89UTICA%20Y%20SATISFACCI%C3%93N%2>.
10. Evans, J. Administracion Y Control De La Calidad. 7th Ed. Gonzales Sc, Editor. Santa Fe: Cengage Learning; 2008.
11. Berry, L. Calidad De Servicios, Una Ventaja Estratégica Para Instituciones Financieras, Díaz De Santos, Madrid, 1989. Madrid; 1989.
12. Sanchez Carlessi H, Reyes Romero C, Mejia Saenz K. Manual De Terminos En Investigacion Cientifica, Tecnologica Y Humanistica. Primera Ed. Lima; 2018.

Anexos

Anexo 1: Instrumento de recolección de datos

Cuestionario

Ítem	1	2	3	4	5
Dimensión Fiabilidad					
1	Cuando ingresa a la Botica el personal farmacéutico muestra interés por atenderlo sin importar su condición socioeconómica.				
2	La atención en Botica se realiza considerando la condición de gravedad del paciente (emergencia, consultorios externos, otros).				
3	Mostro una atención correcta en el servicio desde el inicio hasta el final				
4	Que usted comprenda la explicación que le brinda el personal de farmacia sobre las indicaciones de uso del medicamento,				
5	La atención fue ordenada respetando su turno				
Dimensión Capacidad de respuesta.					
6	Que el personal esté dispuesto a atenderlo.				
7	Que la atención en caja sea rápida.				
8	Que la entrega de medicamentos sea rápida.				
9	En caso de ausencia del producto le ofrecen un producto alternativo similar.				
Dimensión Seguridad.					
10	Que el personal de la botica le brinde el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre el uso los medicamentos.				
11	Que el personal de la botica que le atende le inspire confianza.				
12	Que durante su atención en la botica se respete su privacidad.				
13	Que el personal de la botica que le atendió, demuestre tener conocimiento para responder sus preguntas.				
Dimensión Empatía.					
14	Que el personal de la botica le trate con amabilidad, respeto y paciencia.				

15	El personal de la botica le atiende en forma personalizada (individual), concentrándose en sus necesidades.					
16	Que, al momento de realizarle preguntas al personal de farmacia, le responde con términos sencillos y de fácil entendimiento					
17	El personal de la botica demuestra su comprensión por su enfermedad y estado de salud.					
18	Que usted comprenda la explicación sobre los medicamentos y tratamiento, dosis, frecuencia y efectos adverso.					
	Dimensión Elementos tangibles.					
19	Que la botica se encuentre adecuadamente señalizado					
20	Cuando fue atendido el personal de la botica mostró higiene.					
21	La instalación física de la botica es visualmente limpia y atractiva					
22	Que el establecimiento cuente con los medicamentos y dispositivos médicos para su atención.					

PROMEDIO DE VALORACIÓN

97

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

Nombres y Apellidos : Orlando Jesus Carbajal
DNI N° : 25748045 Teléfono/Celular: 941475716
Dirección domiciliaria : Av. Arequipa Mz O2, lote 6, Urb. Ramón Castilla, Callao
Título Profesional : Químico Farmacéutico
Grado Académico : Magister en docencia universitaria
Mención : Muy buena

Huancayo, 10 de setiembre 2023



Mg. Orlando Jesus Carbajal
CQFP: 23574

PROMEDIO DE VALORACIÓN

97

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

Nombres y Apellidos : Huanca Gabriel, Isafás Loyolo

DNI N° : 22883890

Teléfono/Celular: 96250077

Dirección domiciliaria : URB. María Luisa Mz D Lote 40

Título Profesional : Químico Farmacéutico

Grado Académico : Magister

Mención : Gestión Pública

Huancayo, 10 de setiembre 2023



Q.F. Isafás Huanca Gabriel
C.C.F.F. 04034

PROMEDIO DE VALORACIÓN

Muy Bueno

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

Nombres y Apellidos : LOAYZA PEÑAFIL, KEITH CINFY
DNI N° : 10735945
Dirección domiciliaria : JR. JOSE ANTONIO ENCIMAS
Título Profesional : Químico Farmacéutico
Grado Académico : MAGISTER EN ADMINISTRACION DE LA EDUCACION
Mención : Muy bueno



Lugar y fecha: Huancayo, 10 de setiembre del 2023