



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

**Calidad de Servicio en el Área de Farmacia del Centro Médico
Coishco de EsSalud, 2018**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

Ravello Lázaro, César Amado

ASESOR:

Mgtr. García León Edward Aníbal

LÍNEA DE INVESTIGACION

Marketing

CHIMBOTE – Perú

2018

El jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a)

Ravello Lázaro César Amado

cuyo título es:

*Calidad de servicio en el área de Farmacia
del centro médico Cosmico de Salud, 2018.*

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por

el estudiante, otorgándole el calificativo de: *18* (Número).....

Dieciodos (Letras).

Chimbote *05* de *12* Del *20.18*



PRESIDENTE



SECRETARIO



VOCAL

DEDICATORIA

A mi madre, quien con su ejemplo de superación y esfuerzo, me ha servido de inspiración para lograr mis objetivos.

A mi esposa e hijos quienes con su apoyo y comprensión me han motivado a seguir adelante con este propósito.

AGRADECIMIENTO

A DIOS por acompañarme siempre y estar allí cuando más lo necesito; y de manera especial a mi familia porque con su apoyo incondicional fueron un pilar fundamental para lograr culminar esta etapa tan importante de mi vida.

A los docentes de la Universidad Cesar Vallejo por compartir sus valiosos conocimientos y experiencias; con paciencia, esmero y dedicación.

A la institución donde laboro, EsSalud por la oportunidad, apertura y confianza, de manera especial a todos quienes colaboraron directamente e indirectamente en la elaboración de la tesis.

A los profesores Nathaly y Edward, docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas por compartir sus conocimientos y guiarme en el desarrollo del presente trabajo.

Y a todos quienes de una u otra manera me brindaron su apoyo, necesario para poder llegar a feliz término en la elaboración del presente trabajo

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo, Cesar Amado Ravello Lázaro, identificado con DNI N° 32945425; a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Calidad de Servicio en el Área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud, 2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Bachiller en Ciencias Empresariales

Cesar Amado Ravello Lázaro.

INDICE

Acta de aprobación de tesis	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vii
Resúmen	viii
Abstract	ix
I.INTRODUCCIÓN.....	10
1.1 Realidad Problemática:.....	11
1.2 Trabajos Previos.....	12
1.3 Teoría Relacionada al tema	15
1.4 Formulación del Problema	24
1.5 Justificación del Estudio	24
1.6 Hipótesis.....	24
1.7 Objetivos	25
II.METODOLOGÍA:.....	26
2.1. Diseño de investigación	27
2.2. Variables	27
2.2.2. Operacionabilización de la Variable	28
2.3. Población y muestra	29
2.3.1. Población	29
2.3.2. Muestra	29
2.4 Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad.	30
2.5 Métodos de análisis de datos	31
2.6 Aspectos éticos	31
III. RESULTADOS.....	32
IV. DISCUSION... ..	45
V. CONCLUSIONES.....	52
VI. RECOMENDACIONES.....	55
VII. PROPUESTA	58
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65
ANEXOS	69
Matriz de consistencia Lógica	70
Cuestionario para Medir la Calidad de Servicio	71
Ficha Técnica del Cuestionario	73
Validaciones y Confiabilidad	75
Resultados de Análisis de confiabilidad	87

RESUMEN

El presente trabajo de investigación contiene un estudio descriptivo propositivo en donde se busca conocer como es la calidad de servicio en el área de farmacia de un centro médico; teniendo como objetivo principal **“Determinar el nivel de la Calidad de Servicio en el Área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud, 2018.”**, del cual se desprendieron objetivos específicos que fueron la identificación de los niveles de cada una de las dimensiones de la variable calidad de servicio, para luego de conocer cómo se encuentra la situación estudiada, se diseñe una propuesta de mejora dentro del área de farmacia.

Por otra parte; la Muestra estuvo conformada por 372 asegurados adscritos al Centro Médico Coishco de EsSalud, que recibieron atención en el área de Farmacia.

El instrumento de validación y confiabilidad empleado fue un cuestionario, aplicado a los asegurados; donde estos resultados nos permitieron satisfacer el objetivo general y los específicos.

En base de la investigación realizada podemos concluir que los niveles más predominantes dentro de la calidad de servicio del Área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud son los de categoría muy eficiente y eficiente; sin embargo hay porcentajes considerables también en los niveles muy deficiente y deficiente, pudiendo afirmar que los asegurados que dieron su opinión sobre el tema presentan diferentes exigencias que no las puede cumplir en algunas ocasiones el Área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud.

Palabras clave: calidad de servicio, elementos tangibles, empatía, gestión de salud

ABSTRACT

The present research work contains a descriptive study in which it is sought to know how is the quality of service in the pharmacy area of a medical center; having as main objective "Determine the level of the Quality of Service, in the Pharmacy Area of the EsSalud Coishco Medical Center, 2018.", from which specific objectives emerged that were the identification of the levels of each one of the dimensions of the variable quality of service, after knowing how the situation is studied, design a proposal for improvement within the pharmacy area.

On the other hand; The sample consisted of 372 insured persons assigned to the EsSalud Coishco Medical Center, who received attention in the Pharmacy area.

The validation and reliability instrument used was a questionnaire, applied to the insured; where these results allowed us to satisfy the general objective and the specific ones.

Based on the research carried out, we can conclude that the most predominant levels within the quality of service of the Pharmacy Area of EsSalud Coishco Medical Center are those of very efficient and efficient category, however there are considerable percentages also in very poor and deficient levels ; being able to affirm that the insured ones that gave their opinion on the subject present different demands that sometimes cannot be fulfilled by the Pharmacy Area of the EsSalud Coishco Medical Center.

Key words: service quality, tangible elements, empathy, health management

I.INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

El efecto globalizador del mercado hace que, en los últimos lustros, las organizaciones se vayan involucrando cada vez más en brindar servicios y bienes de calidad, que permitan mantener al cliente satisfecho, lo que conlleva a mejorar la imagen de la entidad, la fidelización de los clientes, cumplimiento de indicadores de gestión, mejora el clima laboral entre los colaboradores y la mayor rentabilidad en caso de entidades privadas.

En el caso de las entidades estatales prestadoras de servicios de salud, estas se enfrentan a problemas de diversa índole, desde la falta de una adecuada infraestructura, falta de capacitación y sensibilización del personal que brinda el servicio, inadecuado nivel de stock de los medicamentos y materiales estratégicos, así como falta de supervisión de las políticas de satisfacción del cliente final (paciente). Uno de los factores determinantes para la satisfacción del paciente es la calidad de servicio, un buen nivel de calidad de servicio permite llegar a la satisfacción del cliente, cumplir con sus expectativas y restablece su confianza en la entidad.

En el contexto internacional, podemos citar que la OMS publicó en su boletín N°95 de Julio 2017, la entrevista a Federico C. Guanais, (Guanais, 2014) quien realizó un estudio examinando el desempeño de los servicios de salud, concluyendo que los países con ingresos altos un 87% calificaban la calidad de atención como buena o muy buena, mientras que en los países con ingresos medios un 40% calificaba la calidad de atención recibida como Buena o Muy buena. Usando los mismos datos se realizó la medición de la percepción de los pacientes respecto al servicio recibido, concluyendo que; el 40% de los pacientes que se atienden regularmente en este establecimiento de salud sienten que el personal médico no dedican el tiempo suficiente en atenderlos, mientras que un 26% indica que el personal médico no se da el tiempo para explicarles de forma clara y comprensible su caso, y un 36% indican que el personal médico no revisan bien su medicación ni se toma el tiempo en explicarles las posibles reacciones ni efectos secundarios que pudieran tener el tratamiento recomendado. Concluyendo que los indicadores de calidad tomados desde la perspectiva de los pacientes constituyen los mejores indicadores de confianza.

En el ámbito nacional, citaremos el estudio realizado por Centrum de la Pontificia Universidad Católica del Perú que lleva por nombre “Salud de hoy: Problemas y Soluciones” donde sostiene que según lo encontrado en las declaraciones de Zamora (2013), la calidad de atención y de servicio brindado por las organizaciones estatales del sector salud presentan solo el 15% de capacidades para responder y satisfacer requerimientos dados por los asegurados. En este estudio también se menciona otro de características similares que arrojó una mejor cifra, pero igual de desalentadora, donde solo el 37% de los establecimientos del sector salud pública cumplen con todas las expectativas en función de las necesidades de los asegurados.

En el ámbito local, mencionaremos la realidad descrita en una nota de prensa dada por el grupo RPP que según la entrevista al asegurado Justo Díaz el 20 de febrero del año 2018, este expone que la calidad del servicio en el Hospital III Chimbote de EsSalud, es deficiente, debido a que para poder reservar una cita a través del requerimiento físico de un ticket, le demoró más de 15 días, expresando su disconformidad por la poca calidad de servicio que brinda este nosocomio público al asegurado. Esta realidad problemática descrita en la parte inicial del párrafo también se encuentra evidenciada en el servicio de farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud, donde la calidad de servicio brindado al asegurado es ineficiente, debido a que no existe un interés claro de la organización por la satisfacción del cliente frente al servicio brindado destacando una mala dirección organizativa por parte del Seguro Social de Salud.

1.2 Trabajos previos

A nivel internacional, se consideraron los siguientes antecedentes:

En Ecuador, Urbina (2015), desarrolló un trabajo de investigación titulado “Modelo de Gestión de Calidad en el Servicio de Farmacia del Hospital Básico Privado Durán de la Ciudad de Ambato”, estudio descriptivo transversal cuyo objetivo es la medición del nivel de gestión de la calidad en el servicio de farmacia de un hospital privado, dicho estudio se realizó con una muestra de 42 personas, llegándose a la conclusión de que la ausencia de un modelo de gestión de la calidad tiene como consecuencias una mala atención de los usuarios, lo mismo que se concluye de la aplicación de las encuestas realizadas. Asimismo la falta de una atención personalizada y especializada a los pacientes, afecta gravemente la calidad de atención.

En Ecuador, Abay y Pincay (2014), realizaron un trabajo de investigación titulado “Análisis de la calidad de servicios al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad de una empresa de seguros de Guayaquil”, la investigación es de tipo cuantitativo – descriptivo, se realizó con una muestra de tipo aleatorio simple, a un total de 328 clientes. Llegándose a la conclusión de que: la calidad de servicios presentada en la empresa evaluada desde la percepción del cliente externo se encuentra en niveles deficientes con una cifra de 25%, en el nivel medio se encuentra el 30%, y solo en niveles óptimos se encuentra el 45%, concluyendo así que la calidad de servicios en la empresa de seguros no es la adecuada bajo percepción de los clientes y que necesita pronta implementación de la propuesta citada en esta investigación para su mejora.

En El Salvador, Hernández, Jiménez y Rivera (2012), realizaron un trabajo de investigación titulado “Evaluación de la Calidad Del Servicio De Farmacias San Nicolás”, la investigación es de tipo cualitativo – descriptivo, se realizó con una muestra de tipo aleatorio simple, a un total de 368 clientes. Llegándose a la conclusión de que un 92% de los clientes se encuentran satisfechos con la calidad de atención recibida; los factores que más influyen en este nivel de satisfacción según los resultados obtenidos, son el nivel de confianza transmitido por parte de los empleados, la eficiencia del servicio, el desenvolvimiento de los mismos y su capacidad para resolver los problemas que se presenten en la atención. Como factores secundarios los clientes valoran la comunicación recibida de parte del personal, la atención brindada, la presentación de los empleados, la seguridad brindada dentro de las instalaciones y el tiempo empleado en el despacho de sus productos

A nivel nacional, se consideraron los siguientes antecedentes:

Paredes y Reyes (2017), desarrollaron la Tesis titulada: “Nivel de Satisfacción de los Usuarios del Servicio de Farmacia del Centro Materno Infantil “Juan Pablo II”, Villa El Salvador, Durante El Mes De Julio Del Año 2017”, se realizó una investigación de tipo descriptivo- prospectivo, diseño observacional y de corte transversal, se llevó a cabo teniendo una población de 2063 usuarios y una muestra de 324 clientes, los mismos que se seleccionaron en forma aleatoria. Se aplicó un cuestionario de satisfacción de usuario externo de modelo SERVPERF. Según los resultados obtenidos, el nivel de satisfacción de los usuarios frente a la percepción de la calidad de servicios cuando acudieron al área de farmacia fue de deficiente al brindar el servicio, por eso se puede concluir que la farmacia no cumple con las necesidades de los usuarios, mostrando deficiencias en la fiabilidad por

falta de abastecimiento de los medicamentos, capacidad de respuesta por el tiempo que dura la atención y el tiempo de espera, la actitud del personal no les inspiró confianza.

Montoya (2017), en su tesis titulada: “Calidad en el Servicio en el Sector Transporte Terrestre Interprovincial en el Perú”, realizó investigación de tipo descriptivo, contando con una muestra de 353 usuarios. Se aplicó como técnica de recolección de datos la encuesta: La conclusión principal de esta investigación, se identificó que el nivel de la calidad de servicio en la empresa evaluada es de nivel deficiente con un ponderante 60%, seguido por el nivel medio con 30% y con 10% se encuentra el nivel eficiente, desde la visión del cliente en función de sus expectativas y experiencias frente a la calidad del servicio brindado.

Ramírez (2016), en su tesis titulada: “Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016”, realizó investigación de tipo descriptivo correlacional, contando con una población de 120 usuarios, que recibieron el servicio entre los meses de julio y agosto de 2016, se tomó como muestra al 25% del total de la población, por lo que se trabajó con 30 pacientes; el muestreo fue probabilístico, todos tuvieron la misma oportunidad de ser elegidos. Se aplicó como técnica de recolección de datos la encuesta: La conclusión principal de esta investigación, se basa en la identificación de la calidad de servicio del área de Farmacia en función de la capacidad de la entidad en resolver sus problemas de salud, se identifica también que a mejores condiciones físicas, de infraestructura y cobertura de medicamentos, mayor será el nivel de satisfacción del usuario, tomando en cuenta también que la empatía del personal con el cliente (demostrar interés en su atención) mejora considerablemente el nivel de satisfacción de usuario. Se identificó también el nivel de empatía que según perspectiva del paciente posee la institución de salud mostrando que esta alcanza el nivel alto en 45%, seguido por el nivel bajo con 32%, se llegó a la conclusión que los pacientes consultados aducen que sienten que la institución es empática ya que cubren sus necesidades básicas como lo son la atención de salud brindada, esto se da en el caso de las personas que no son muy exigentes, sin embargo hay otro tipo de pacientes que califica con más exigencia la empatía de la empresa, que en este caso vendría a ser los que la ubican en la categoría de malo debido a que no cumplen sus requerimientos como mejor atención o la famosa atención personalizada.

A nivel local, se consideraron los siguientes antecedentes:

Rodríguez (2017), en su tesis titulada: “El Marketing Relacional y la Calidad de Servicio que brinda el gimnasio Yaco’s Gym, Chimbote – 2017”, realizó una investigación de tipo descriptivo - correlacional, contando con 87 usuarios del gimnasio como muestra. La técnica de recolección de datos aplicada fue la encuesta. Luego de realizado el análisis del nivel de calidad de servicio en Yaco’s Gym, de la localidad de Chimbote, se llegó a concluir que el 59.26 % de los usuarios encuestados creen que la calidad de servicio recibida es aceptable, un 28.40% perciben una mala calidad de servicio, el 12.35% cree que la calidad de servicio es buena, el 0.00% de los usuarios piensa que la calidad de servicio recibida es pésima y un 0.00% es cree que es excelente. En el análisis detallado, la calidad de servicio muestra un lado positivo con respecto a las dimensiones de capacidad de respuesta, la seguridad y los elementos tangibles; y se muestra en forma negativa en cuanto a la confianza y empatía ya que los clientes sienten que falta desarrollar estos aspectos a fin de que puedan sentirse satisfechos.

Vega (2017), en su tesis titulada: “Calidad de servicio y satisfacción del usuario interno en la Dirección de Medicamentos, Insumos y Drogas Ancash, 2016.”, realizó investigación de tipo descriptivo - correlacional, contando con una muestra de 32 clientes internos. La técnica de recolección de datos empleada fue la encuesta: con lo que se obtuvo que la percepción de calidad de servicio que tienen los clientes internos respecto a la Dirección de Medicamentos, Insumos y Drogas Ancash 2016, es de mala en un 60% , es decir 19 piensan que la calidad de servicio es mala, mientras que un 22% , es decir 7 piensan que el nivel de calidad de servicio es regular y finalmente el 18% , lo que corresponde a 6 clientes internos creen que tienen un nivel de calidad de servicio Bueno.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Calidad de Servicio

1.3.1.1. Concepción Teórica

Según el autor Albreth (2006) sostiene que: “La calidad es la perspectiva directa del cliente en función del servicio adquirido comparándolo con lo invertido”. (p.50) Lo que quiere mencionar este autor es que la calidad es el pensamiento del cliente en función de la satisfacción del servicio adquirido desde su punto de vista respecto a que si valió o no la pena adquirirlo a ese determinado precio.

Asimismo Albreth (2006), menciona que “El servicio es la consecuencia de valor intangible que produce un producto de manera tanto directa o indirecta en el consumidor, es entendido como la actividad de la transacción de prestaciones accionarias que acompañan el objeto principal de la venta del producto”.(p.55) Lo mencionado por este autor hace referencia a que el servicio es un producto intangible que se ofrece en el mercado para el beneficio del cliente y el cumplimiento de su requerimiento.

Para enriquecer las definiciones de calidad de servicio mencionaré a los autores Hoffman y Bateson (2012), quienes sostienen que: “La calidad en el servicio es la manera cómo la empresa llega a diferenciarse de sus demás competidores dándole un valor agregado a sus servicios para que así se cumplan exigencias de los mismos consumidores” (p. 328).

Anexando buenas definiciones de calidad de servicios es preciso citar a los autores Parasuraman y Grewal (2000), quienes la definen como: “Un tipo de técnica que se puede controlar a través de una metodología de otorgamiento de valor que debe de ser recibido y percibido por el consumidor, para que así se encuentre una diferenciación en los competidores en función de la preferencia de los clientes.” (p.226)

Según García, Acero y Perea (2012) en su libro economía y gestión, definieron la gestión en: "El conjunto de conocimientos y técnicas, de naturaleza productiva y económica, que permiten la utilización y aplicación óptima, en el corto y largo plazo de los insumos disponibles, ya sean endógenos o exógenos a la explotación" (p. 12).

Podemos concluir esta parte de definiciones de la calidad de servicios con lo sostenido por los autores Olvera y Scherer (2013) quienes mantienen que. “La calidad de servicios está enfocado en brindar una buena experiencia al cliente a través de la interacción positiva con la organización prestadora de servicios que debe de buscar las experiencias máximas de satisfacción en el cumplimiento de sus requerimientos.” (p.60)

Estos siete autores mencionados conceptualizan a la calidad de servicios como una prestación de los servicios por parte de las organizaciones que busca satisfacer las necesidades y requerimientos de este.

1.3.1.2. Calidad de Servicio en Instituciones Públicas

Tarí (2012), señala que la Gestión de la calidad en servicios públicos es la perspectiva de los ciudadanos, clientes y usuarios, es decir, como: “Los ciudadanos han dejado de ser los administrados, más o menos conformes con los servicios que les daba la administración, y han pasado a ser ciudadanos – clientes, que saben qué pagan, y en consecuencia, exigen a cambio servicios de calidad” (p. 11).

Israel (2011) sostiene que:

La calidad total en las instituciones públicas debe considerar en que todas las fases intervienen en el desarrollo de la misma, no sólo en cuanto al producto en sí, sino a gestión de esta, tratando de utilizar estrategias y recursos para prevenir errores y este debe involucrar a todos los trabajadores sistematizando procesos, mejorando el clima laboral y reduciendo pérdidas de tiempo en actividades poco productivas y gastando recursos innecesarios, se debe tener en cuenta las necesidades y expectativas de los clientes con la finalidad de satisfacerlas. (p.56)

Lo que quiere decir el autor es que la calidad abarca a toda una organización y todas sus actividades como meta de satisfacción del cliente y al menor costo.

1.3.1.2.1. La organización se debe de orientar al cliente

Este principio está orientado a que el cliente es lo principal, las organizaciones deben girar sus procesos que son importantes para lograr este fin, es la organización en su totalidad la que debe participar para lograr dicha satisfacción y no solo los responsables de áreas de servicio.

Cada una de las partes de la organización debe trabajar en forma coordinada para satisfacer las necesidades del cliente. Es así, que la organización debe estar en alerta a todas aquellas características y atributos del servicio ya que son estos los que generan satisfacción en los clientes, debe buscarse siempre aumentar ello, debemos determinar siempre sus preferencias para anticiparnos a sus expectativas ya que con el logro de la satisfacción se podrá aumentar la competitividad y este se convierte en un tema estratégico. (Israel, 2011, p.70)

1.3.1.2.2. Ampliar concepto cliente

Este principio está enfocado en tener claro que en una organización tiene clientes internos y clientes externos. Usualmente solo se considera al cliente externo, en el caso de las organizaciones hospitalarias, a la población asegurada que va en busca de un servicio, pero es importante darles la importancia a los funcionarios que son clientes internos. Es por ello que según Israel (2011), nos menciona que:

El cliente interno (trabajador) es importante, y el trato que reciba debe de ser el más óptimo ya que si el resultado es satisfactorio, él podrá realizar eficientemente el proceso que le corresponda, pero si el resultado del trato recibido no es satisfactorio, éste incidirá negativamente en la actividad llevando consigo errores, omisiones o retrasos. (p. 75)

1.3.1.2.3. La calidad la hacen las personas

Este principio está enfocado en los recursos humanos en una organización, estos son un principal activo por lo que su satisfacción es un objetivo importante.

El tener de un clima organizacional que permita que las personas contribuyan efectivamente al rendimiento de la organización es clave, y representa crear las condiciones adecuadas en sus áreas. Se debe valorar su experticia, capacidad creativa mediante la participación en la gestión de nuevos procesos de la organización y el trabajo en equipo, privilegiando su calidad de vida y clima laboral. (Israel, 2011, p.79)

1.3.1.2.4. Trabajo en equipo para la calidad de servicio

Los integrantes de una entidad como las instituciones hospitalarias deben tener definidas sus funciones las cuales deben estar orientadas principalmente a cumplir los objetivos institucionales, estos factores influyen en el buen desempeño de los colaboradores.

Entre los factores que influyen en el buen desempeño de los equipos están: Un grupo de personas trabajando estructuradamente, pueden alcanzar sinergia, que los resultados en equipo son mejores que resultados individuales. Mediante los equipos se procura la motivación, el sentido de pertenencia y compromiso de cada uno de sus miembros con la institución. (Israel, 2011, p.90)

1.3.13. Teoría de la calidad de servicios

1.3.1.3.1. Teoría de la planificación

Esta teoría se centra en lo sostenido por el autor Juran (2009) quien define de la siguiente manera: “Es un tipo de teoría que busca optimizar de la mejor manera la calidad de servicios en función del trato y la perspectiva satisfactoria de la espera de clientes“(p. 85).

Es preciso centrarse, que en el planeamiento, encierra muchas actividades de la organización que regulan la dirección de subsanar los problemas que se generan a la hora de ofrecer una gestión de la calidad de servicios adecuada frente a los clientes, cabe destacar que planificar a través de metas y requerimientos existentes en función de la satisfacción del cliente, permite a la empresa ser más competitiva por la forma de la diferenciación con las demás organizaciones del mercado (Juran, 2009, p. 95.).

1.3.1.3.2. Teoría de causa y efecto

Este tipo de teoría, nace en el seno del territorio oriental, desde la perspectiva del autor japonés Ishikawa (2009), que sostiene que: “Esta teoría guarda relación con el cumplimiento de los requerimientos de los clientes para alcanzar el objetivo de su satisfacción a través de la relación causa y efecto. Encierra conceptos de procesos, información, gestión y calidad de estrategias” (p.65).

Para satisfacer a un cliente a través del cumplimiento del requerimiento, se debe de realizar por parte de la organización un estudio previo de la viabilidad para después de ello tomar decisiones asertivas y adecuadas frente a la gestión del marketing interno y externo ofrecido en la cartera de productos y servicios de la empresa. Se menciona que para poder apoyarse de esta teoría se puede utilizar el diagrama espina de Ishikawa o comúnmente llamado el de causa y efecto (Ishikawa, 2009, p.67).

1.3.1.4. Modelos de evaluación de calidad de servicios

Existen diversos modelos para poder estudiar la calidad del servicio desde la aportación del cliente, son diferentes los enfoques y su naturaleza, pero todos ellos cumplen una sola función

específica, que es alcanzar la excelencia en el servicio brindado. A continuación, mencionaremos los principales modelos existentes a través del uso adecuado de criterios de evaluación y sistemas metodológicos que permiten llegar a determinado objetivo:

1.3.1.4.1. Modelo SERVMAN

Este modelo fue creado por Gronroos y Gummerson en el año 1978 y da un enfoque sobre la sustentación de calidad de servicio bajo una tendencia humanista debido a que se aplica dimensiones relacionadas con la creación de las condiciones requeridas por parte de los usuarios, la explotación de la motivación personal entre otras dimensiones. Cabe destacar que su realización es bajo el rol gerencial de desarrollo (Olvera y Scherer, 2013, p.57).

1.3.1.4.2. Modelo SERVQUAL

Es un tipo de modelo que permite medir el nivel de la calidad de cualquier tipo de empresa o entidad que ofrezca servicios.

Permite a través de su metodología la aplicación de dos cuestionarios en diferentes periodos para poder describir primero la razón de expectativa del cliente y después de adquirir el producto la percepción que tuvo de la calidad de servicio. Sus dimensiones están sujetas a las comunes mostradas por diversos autores sobre la calidad de servicio que son los elementos tangibles, la confiabilidad, capacidad de respuesta, garantía y empatía, cabe destacar que este modelo fue realizado en la década de los 80's. Los cuestionarios que se aplican en este modelo son mayores de 22 preguntas en función de una escala de Likert (Parasuraman y Grewal, 2000, p.230)

1.3.1.4.3. Modelo de la Servucción

Realiza una organización sistemática y coherente de los elementos físicos y humanos de la relación cliente-proveedor, que es necesaria para la prestación de un servicio y cuyas características y niveles de calidad han sido predeterminados (Olvera y Scherer, 2013, p.62).

1.3.1.4.4. Modelo de SERVPERF

En esta parte de la exposición de las teorías, haremos un énfasis, para mencionar que se utilizará en este trabajo de investigación el modelo Servperf, para la recolección de los datos debido a la practicidad que este tiene a la hora de evaluar la calidad del servicio en los clientes en un periodo determinado.

Este modelo es propuesto por Croin y Taylor en el año 1992, revolucionando la manera de como evaluar la calidad de servicio frente al aporte dado por el cliente. Parte del modelo en el contexto del SERVQUAL, ya que se basa en sus dimensiones, pero le da un enfoque exclusivamente de percepción del cliente luego de adquirir el servicio, permitiendo así la simplificación de la evaluación bajo el criterio más coherente del análisis de experiencia. Para este modelo se aplica solamente un único cuestionario que está basado en el modelo de uso SERVQUAL (Olvera y Scherer, 2013, p.65).

1.3.1.5. Dimensiones de la calidad de servicios

Después de haber descrito los modelos sobre evaluación de calidad de servicios, es fundamental hacer énfasis en las dimensiones con las que se guía el modelo SERVPERF, para poder tener en cuenta cuáles son sus definiciones, y sus respectivos indicadores. En este caso nos valdremos de la teoría expuesta por Olvera y Scherer (2013, p.69), que sostienen que existen 5 dimensiones en función de la percepción de los clientes. Esas dimensiones las encierran: “la tangibilidad, la confiabilidad, la capacidad de respuesta, la garantía y la empatía”.

1.3.1.5.1. Dimensión Elementos tangibles

Según los autores Olvera y Scherer (2013) sostienen que “Los elementos tangibles están relacionados con la adquisición del servicio desde las instalaciones físicas y los equipos profesionales en los materiales de comunicación. Incluye los aspectos del trabajador con la interacción del adquisidor, decoración de los locales. Cabe señalar que los elementos tangibles que mayor repercusión positiva generan son los que están relacionados en organizaciones cuya sede son lugares donde el cliente tiene un comportamiento pasivo en exigencias efímeras como lo son la infraestructura de lugares”. (p.70)

1.3.1.5.2. Dimensión Confiabilidad

Para Olvera y Scherer (2013), manifiestan el significado de esta dimensión como: “La medición del desempeño de la empresa en función de los cumplimientos de los roles u objetivos empresariales para beneficio de los clientes en función de su satisfacción a la hora de la adquisición del servicio” (p.70).

1.3.1.5.3. Dimensión Capacidad de Respuestas

Esta dimensión se enfoca en la manera oportuna a la entrega de un servicio por parte de la organización en función de los requerimientos del cliente. Es por ello que podemos citar a Olvera y Scherer (2013) que sostienen que: “La capacidad de respuesta se centra la retroalimentación de los pedidos y la capacidad alta de las respuestas a través de la eficiencia del requerimiento”. (p.71)

1.3.1.5.4. Dimensión Garantía

La garantía hace referencia a lo relacionado con el valor agregado que ofrece la organización al cliente a la hora de la adquisición del servicio, encierra entre indicadores la amabilidad del trato, la seguridad del servicio o producto, la competencia de diferenciación (Olvera y Scherer, 2013, p.72).

1.3.1.5.5. Dimensión Empatía

La empatía se relaciona en cubrir las necesidades de los clientes desde la perspectiva de que la empresa se ponga en el lugar de los adquirentes de servicios para dar a través de su alcance la mejor opción a comparación de la competencia (Olvera y Scherer, 2013, p.75).

1.3.1.6. Gestión de la calidad de servicio

En este punto se menciona la importancia de gestionar (accionar) una buena calidad de servicio dentro de las instituciones es por ello que se mencionará a los siguientes autores para poder hacer más énfasis en la importancia que debe de tener este tema los cuales son los siguientes:

Galviz (2011) estableció que:

La gestión de la calidad se basa en la convicción que si se evalúa la eficacia del servicio respecto del triunfo en el mercado, podrá cubrirse muy bien los

objetivos de la empresa centralizando la atención, las energías y los patrimonios en el logro de la calidad, es decir se trata de dirigir en base a la satisfacción de los intereses de los usuarios sobre niveles de calidad, dado que en las percepciones sobre el servicio recibido en realidad no importa el valor que se adjudique a su servicio, debido a que el cliente es quien tiene el voto final, por lo que consideran que es de vital importancia que se tenga en cuenta cuál es la posición del usuario respecto a la calidad del servicio, en otras palabras como éste la valora. (p. 90)

Por otro lado, esto significa el compromiso de una determinada organización para lograr la satisfacción de sus clientes nuevos y antiguos, pensando permanentemente en dar complacencia, observando para detectar los usuarios insatisfechos y plantearse como oportunidades de mejora y no como problemas.

Según Kia (2011) sostuvo que: “La gestión de la calidad es una estrategia colectiva, que contribuye al cumplimiento integral de las metas de la organización con sus caudales” (p.159).

De igual manera Tummala y Tang (2012) explicaron que:

La gestión de la calidad es un escenario vital que une la capacidad de generar renta, los objetivos empresariales y la competitividad con el ahínco de los trabajadores para lograr el premio de la calidad, utilizando los recursos humanos, materiales y de información de la entidad, para incrementar constantemente los productos que ayudan a la satisfacción del usuario. (p.38).

De la misma forma Price y Chen (2011) sostuvieron que: “Gestión de la calidad como un conjunto de ideas filosóficas, de tendencia centrada a proporcionar productos que contribuya a la satisfacción del usuario” (p. 117).

Es decir, que la gestión de la calidad establece nuevas formas de atención centradas en brindar lo mejor de los productos a los usuarios, como por ejemplo rápida atención, adecuada infraestructura, equipamiento, tecnología avanzada, personal capacitado.

1.4 Formulación del problema

¿Cuál es el nivel de calidad de servicio del área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud, 2018?

1.5 Justificación del estudio

La justificación del trabajo se realizará de acuerdo a lo expuesto por Hernández, et. Al (2014) que mencionan 5 criterios a seguir para que un trabajo sea justificado, estos criterios son de conveniencia, relevancia social, implicancias prácticas, valor teórico y utilidad metodológica:

Conveniencia: porque a través de la obtención de los resultados se creó conciencia en el personal encargado del área de farmacia para así brindar un mejor servicio, lo que redundó en la mejora de la calidad de servicio de la entidad.

Relevancia Social: porque a través de la concientización de los resultados se pudo mostrar una mejor calidad de servicio al cliente, beneficiándose directamente el asegurado en cuestión (sociedad).

Implicancias Prácticas: porque a través de la aplicación de un cuestionario se vio resultados expresados en niveles de la variable estudiada para luego proponer una mejora de la realidad encontrada.

Valor Teórico: porque a través de la teoría consultada en función de la variable estudiada, puede dar un aporte teórico a lectores que desconozcan sobre temas de gestión de calidad de servicios.

Utilidad Metodológica: debido a que para su elaboración se aplicó un cuestionario validado metodológicamente para la obtención de los resultados.

1.6 Hipótesis

Debido al carácter descriptivo de esta investigación, esta no requiere hipótesis, según los autores Hernández, et. al. (2014).

1.7 Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Determinar el nivel de la Calidad de Servicio, en el Área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud, 2018.

1.7.2. Objetivos Específicos

- a) Identificar el nivel de los Elementos Tangibles del área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud, 2018.
- b) Identificar el nivel de Confianza del área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud, 2018.
- c) Identificar el nivel de Capacidad de Respuesta del área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud, 2018.
- d) Identificar el nivel de Garantía del área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud, 2018.
- e) Identificar el nivel de Empatía del área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud, 2018.
- f) Proponer un plan de mejora para la calidad de servicio en el área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud, 2018.

II.METODOLOGÍA

II. METODOLOGÍA

2.1 Diseño de Investigación

Enfoque de tipo estudio Descriptivo:

Describe las variables de estudio sin siquiera manipularlas o probar la existencia de algún fenómeno y contrastarlo. (Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M., 2014, p. 80).

El Diseño es el siguiente:



Dónde:

M = Clientes del Área de Farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.

O = Observación de la variable calidad de servicios

Enfoque de diseño No experimental:

El enfoque a emplear es no experimental, es decir; se realizó sin efectuar manipulación de la variable calidad de servicios y solo se procederá a observar los fenómenos tal cual se desarrollan en su ambiente natural. (Hernández., et al. 2014, p. 149)

Enfoque de tiempo Transversal:

Debido a que el estudio recolectó datos en un solo momento, en un tiempo único, y no se buscó realizar seguimiento al comportamiento de la variable a través del tiempo. (Hernández., et al. 2014, p. 151).

Todo esto se hizo a través de un cuestionario en escala de Likert.

2.2. Variable

Variable 1: Calidad de Servicio

2.2.2. Operacionalización de la variable

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Medición
Calidad de Servicio	Olvera y Scherer (2013, p.60) quienes mantienen que. “La calidad de servicios está enfocado en brindar una buena experiencia al cliente a través de la interacción positiva con la organización prestadora de servicios que debe de buscar las experiencias máximas de satisfacción en el cumplimiento de sus requerimientos.”	La calidad de servicio es el valor agregado que proporciona la empresa en función de la diferenciación de los competidores a través del cumplimiento de los requerimientos de los clientes	Elementos tangibles	Infraestructura	1,2,3	Ordinal / escala de Likert Muy Eficiente [121 - 150] Eficiente [91 – 120] Regular [61 – 90] Deficiente [31 – 60] Muy Deficiente [30]
				Colaboradores	4,5	
				Elementos de comunicación	6,7	
			Confiabilidad	Integridad	8,9	
				Compromiso	10,11	
				Servicio eficiente	12,13,14	
			Capacidad de Respuesta	Prontitud	15,16	
				Utilidad	17,18	
				Flexibilidad y Capacidad	19,20	
			Garantía	Pericia	21	
				La cortesía	22	
				La credibilidad	23,24	
				Certidumbre	25	
			Empatía	Atención personalizada	26	
				Buena comunicación	27,28	
La comprensión con el cliente	29,30					

2.3 Población y muestra

2.3.1. Población:

La población para el presente estudio estuvo conformada por los 23,748 asegurados adscritos al Centro Médico Coishco, que se atendieron en el área de farmacia en los meses enero, febrero, marzo y abril del año 2018.

Tabla 1: Distribución de la Población

Meses	Asegurados Adscritos al Centro Medico Coishco que se atendieron en el área de farmacia
Enero	6,419
Febrero	5, 602
Marzo	5, 747
Abril	5, 980
Total	23, 748

Fuente: Base de Datos Atención Externa Centro Medico Coishco 2018

2.3.2. Muestra:

De acuerdo con Hernández, et. al. (2014), se aplicó una fórmula de muestreo aleatorio simple para alcanzar una muestra totalmente confiable para la realización de este trabajo de investigación.

$$n = \frac{z^2 pqN}{E^2 (N - 1) + z^2 pq}$$
$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)^2(23\ 748)}{(0.05)^2(23\ 748 - 1) + (1.96)^2(0.5)^2}$$
$$n = 372$$

Donde se tiene que:

n = tamaño de muestra

N= tamaño de la población

z = 1.96 al cuadrado (si el nivel de confianza= 95%)

p = proporción de éxito (0.5)

q = 1-p

E= error de la estimación (±5%)

Se entiende que la muestra es de 372 asegurados del centro Médico Coishco.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica	Instrumento	Unidad de información
Encuesta	Cuestionario de la Calidad de Servicio	Asegurados del Centro Médico Coishco

2.4.1. Técnica

La técnica utilizada para la investigación realizada fue la de la encuesta, donde el investigador de primera mano evaluó al individuo de la muestra, que en este caso son los asegurados atendidos en el área de farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud.

2.4.2. Instrumento

El instrumento utilizado para esta investigación fue el cuestionario, en escala de Likert para así poder medir los niveles de cada una de las dimensiones de la calidad de servicios desde la perspectiva de los asegurados. Cabe destacar que el instrumento será una adaptación al instrumento utilizado en la investigación de Salazar Agueda Leydi.

De su Validez

La validación estuvo a cargo de un juicio de expertos, quienes evaluarán los ítems del cuestionario en función de la relación que deben de poseer con los indicadores y dimensiones según la congruencia correspondiente. Los expertos que evaluaron el cuestionario a través de la matriz de validación fueron dos especialistas del tema y un metodológico.

De su confiabilidad

Se aplicó un muestreo probabilístico aleatorio para escoger a 14 asegurados de otra sede de EsSalud que a través de una prueba piloto mostrarán los resultados del cuestionario propuesto, para luego aplicar la prueba estadística de Alfa de Cronbach y así saber si el instrumento es confiable, el coeficiente mostrado se encontró entre los rangos de 0.80 a 0.99 por lo que es altamente confiable.

2.5 Métodos de análisis de datos

Por ser una investigación descriptiva, se evaluó los siguientes aspectos: primeramente se agrupó en un cuadro donde se describió el número de elementos encuestados (frecuencia), con el porcentaje según la categoría propuesta en este caso la categoría son los niveles acotados en la ficha técnica del cuestionario. La distribución de frecuencias presentaron las observaciones clasificadas de modo que se pueda ver el número existente en cada clase.

Se realizaron gracias a que la investigación es cuantitativa, grafico de barras donde se clasificó los niveles de acuerdo a jerarquía porcentual. Cabe destacar que el uso del programa para graficar los datos de la tabla de frecuencias fué el SPSS versión 24.

2.6 Aspectos éticos

Para el recojo de la información se solicitaron permiso al Jefe del área de farmacia del Centro Medico Coishco de EsSalud. La recolección de datos tendrá exclusivamente el carácter estudiantil e investigativo, manteniendo la confiabilidad del caso con los asegurados.

III.RESULTADOS

III. RESULTADOS

OBJETIVO GENERAL: DETERMINAR EL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIO, EN EL ÁREA DE FARMACIA DEL CENTRO MÉDICO ESSALUD COISHCO, 2018.

Tabla 1: Nivel de la calidad de servicio, en el área de Farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.

Nivel de la Variable	Asegurados Encuestados	
	Nº	%
Muy Deficiente	74	19.89%
Deficiente	75	20.16%
Regular	67	18.01%
Eficiente	81	21.77%
Muy Eficiente	75	20.16%
TOTAL	372	100.00%

Fuente: Asegurados Adscritos al Centro Medico Coishco que se atendieron en el área de Farmacia 2018.

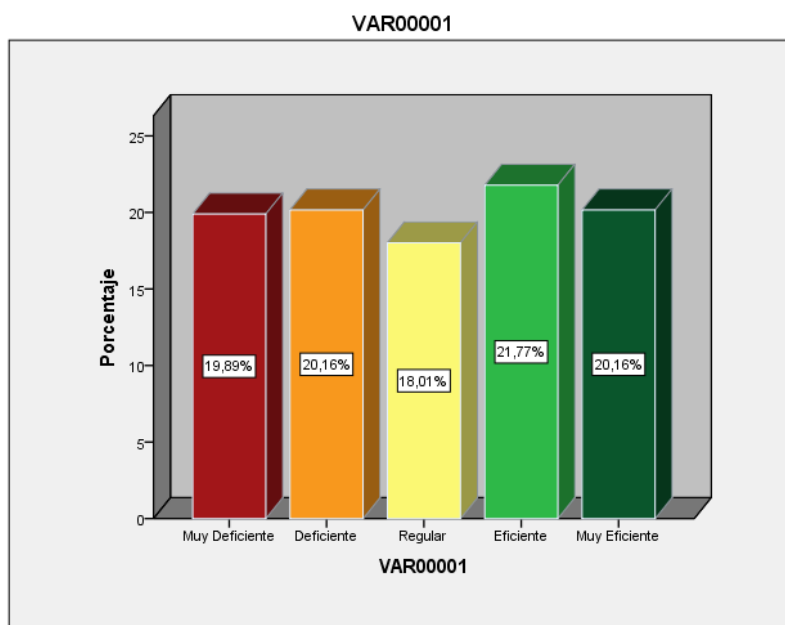


Figura 1: Nivel de la calidad de servicio, en el área de Farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.

Fuente: Tabla 1

Interpretaciones:

- De acuerdo con los resultados mostrados en la Tabla y Figura 1, el nivel de la calidad de servicio, en el área de farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018, en los Asegurados Adscritos al Centro Medico Coishco y que se atendieron en el área de farmacia 2018 fue muy deficiente con 19.89%, deficiente con 20.16%, regular con 18.01%, eficiente con 21.77% y muy eficiente con 20.16%.

Tabla 2: Media, Mediana, Moda y Desviación del nivel de la calidad de servicio en el área de Farmacia del Centro Medico EsSalud Coishco, 2018.

Variable	Media	Mediana	Moda	Desviación
Calidad de Servicio	3,02	3,00	4	1,424

Fuente: Asegurados Adscritos al Centro Medico Coishco que se atendieron en el área de Farmacia 2018

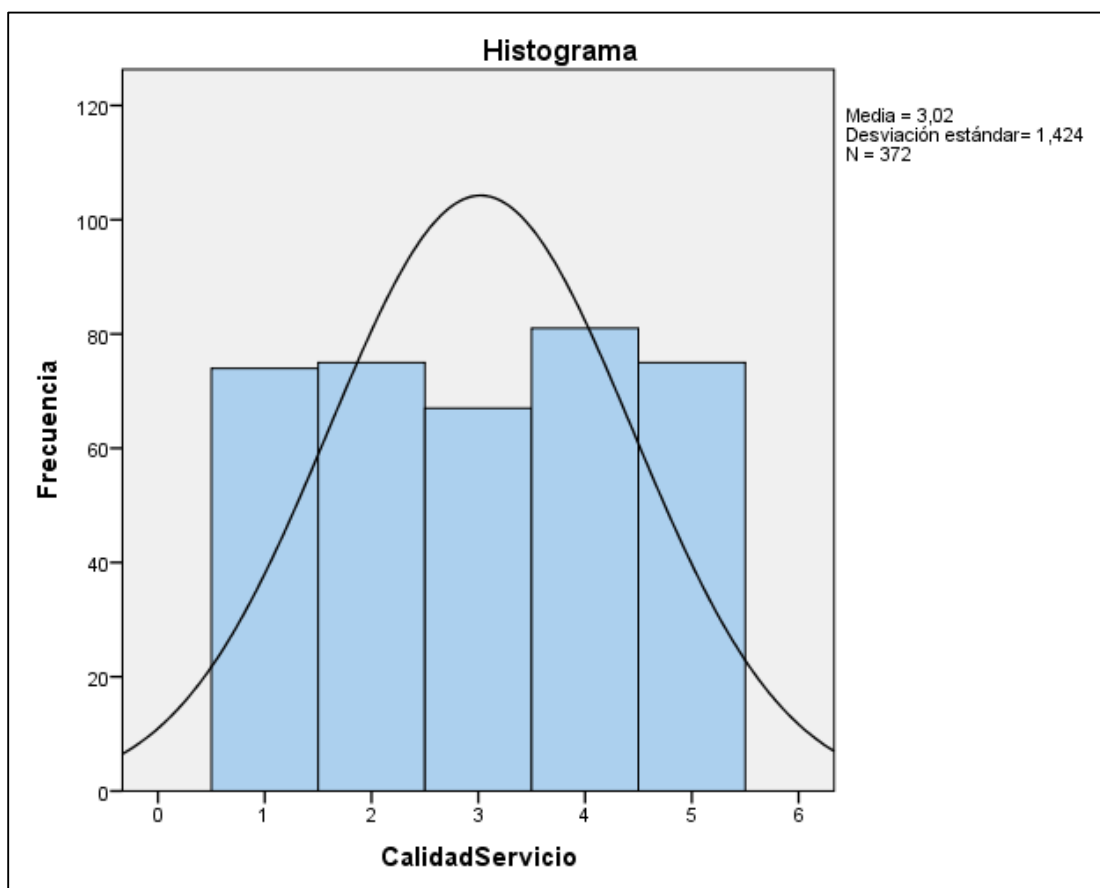


Figura 2: Media, Mediana, Moda y Desviación del nivel de la calidad de servicio en el área de Farmacia del Centro Medico EsSalud Coishco, 2018.

Fuente: Tabla 2

OBJETIVO ESPECIFICO 1: IDENTIFICAR EL NIVEL DE ELEMENTOS TANGIBLES DEL ÁREA DE FARMACIA DEL CENTRO MÉDICO ESSALUD COISHCO, 2018.

Tabla 3: Nivel de los elementos tangibles del área de farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.

Nivel de la Dimensión	Asegurados Encuestados	
	Nº	%
Muy Deficiente	60	16.13%
Deficiente	79	21.24%
Regular	75	20.16%
Eficiente	48	12.90%
Muy Eficiente	110	29.57%
TOTAL	372	100.00%

Fuente: Asegurados Adscritos al Centro Medico Coishco que se atendieron en el área de farmacia 2018

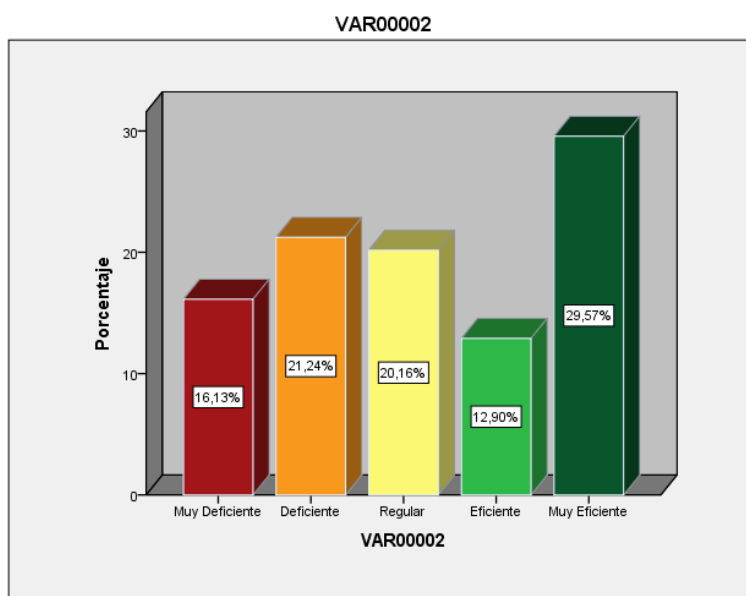


Figura 3: Nivel de los elementos tangibles del área de farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.

Fuente: Tabla 3

Interpretaciones:

- De acuerdo con los resultados mostrados en la Tabla y Figura 2, el nivel de los elementos tangibles del área de farmacia del centro médico EsSalud Coishco, 2018, en los Asegurados Adscritos al Centro Medico Coishco, que se atendieron en el área de farmacia, fue muy deficiente con 16.13%, deficiente con 21.24%, regular con 20.16%, eficiente con 12.90% y muy eficiente con 29.57%.

Tabla 4: Media, Mediana, Moda y Desviación del nivel de elementos tangibles en el área de Farmacia del Centro Medico EsSalud Coishco, 2018.

Dimensión	Media	Mediana	Moda	Desviación
Elementos Tangibles	3,19	3,00	5	1,463

Fuente: Asegurados Adscritos al Centro Medico Coishco que se atendieron en el área de Farmacia 2018

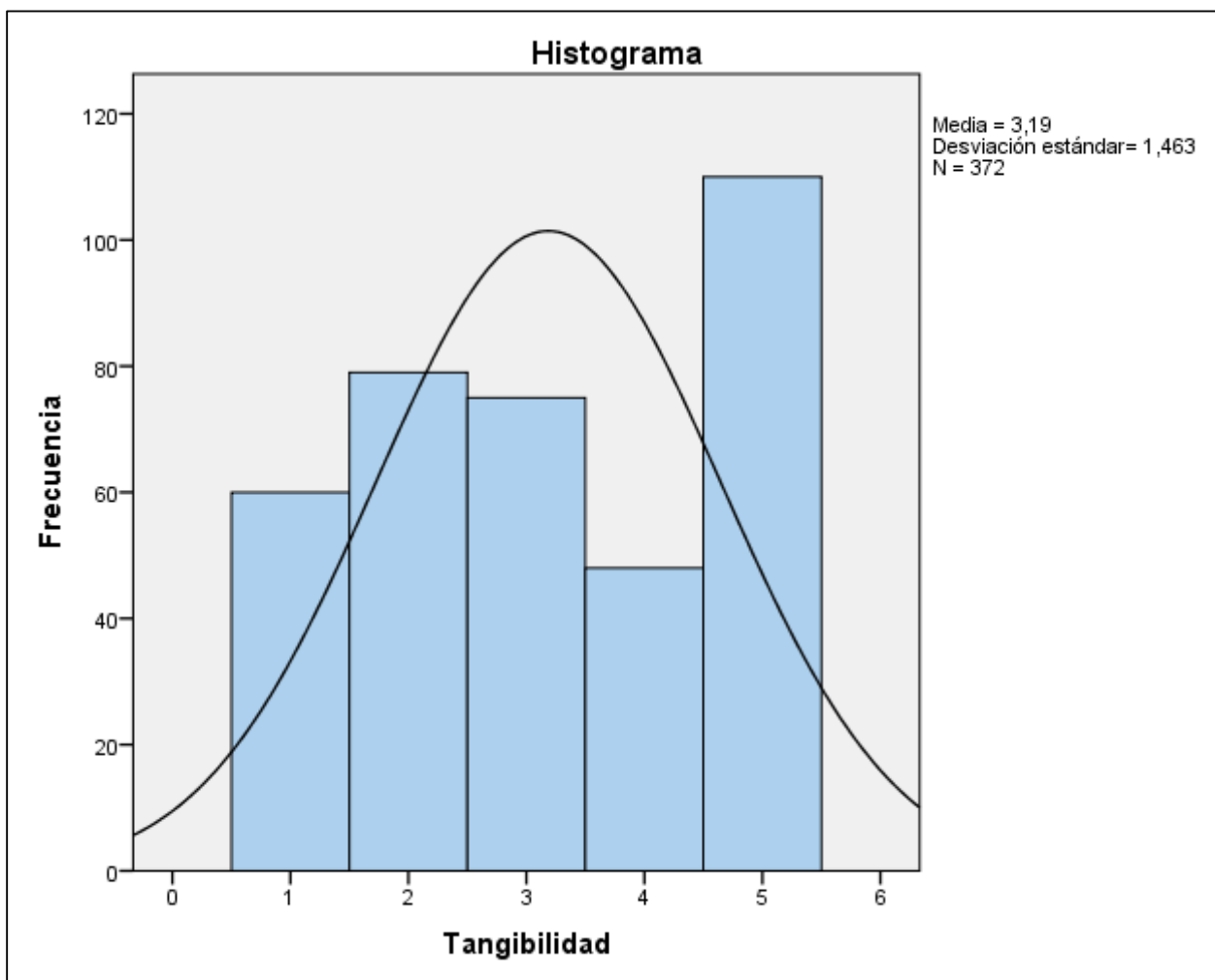


Figura 4: Media, Mediana, Moda y Desviación del nivel de elementos tangibles en el área de Farmacia del Centro Medico EsSalud Coishco, 2018.

Fuente: Tabla 4

OBJETIVO ESPECIFICO 2: IDENTIFICAR EL NIVEL DE CONFIANZA DEL ÁREA DE FARMACIA DEL CENTRO MÉDICO ESSALUD COISHCO, 2018.

Tabla 5: Nivel de confianza del área de farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.

Nivel de la Dimensión	Asegurados Encuestados	
	Nº	%
Muy Deficiente	69	18.55%
Deficiente	76	20.43%
Regular	71	19.09%
Eficiente	66	17.74%
Muy Eficiente	90	24.19%
TOTAL	372	100.00 %

Fuente: Asegurados Adscritos al Centro Medico Coishco que se atendieron en el área de farmacia 2018

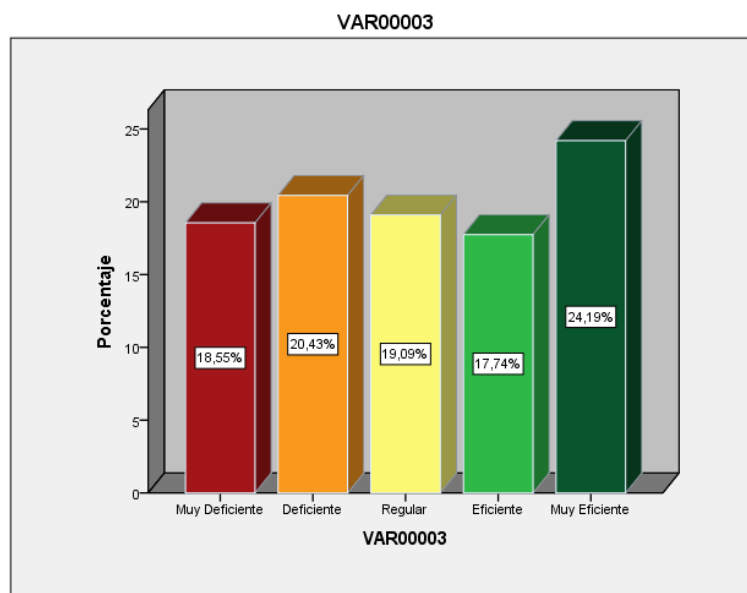


Figura 5: Nivel de confianza del área de farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.

Fuente: Tabla 5

Interpretaciones:

- De acuerdo con los resultados mostrados en la Tabla y Figura 3, el nivel de confianza del área de farmacia del centro médico EsSalud Coishco, 2018, en los Asegurados Adscritos al Centro Medico Coishco que se atendieron en el área de farmacia, fue muy deficiente con 18.55%, deficiente con 20.53%, regular con 19.09%, eficiente con 17.74% y muy eficiente con 24.19%.

Tabla 6: Media, Mediana, Moda y Desviación del nivel de confianza en el área de Farmacia del Centro Medico EsSalud Coishco, 2018.

Dimensión	Media	Mediana	Moda	Desviación
Confianza	3,09	3,00	5	1,446

Fuente: Asegurados Adscritos al Centro Medico Coishco que se atendieron en el área de Farmacia 2018

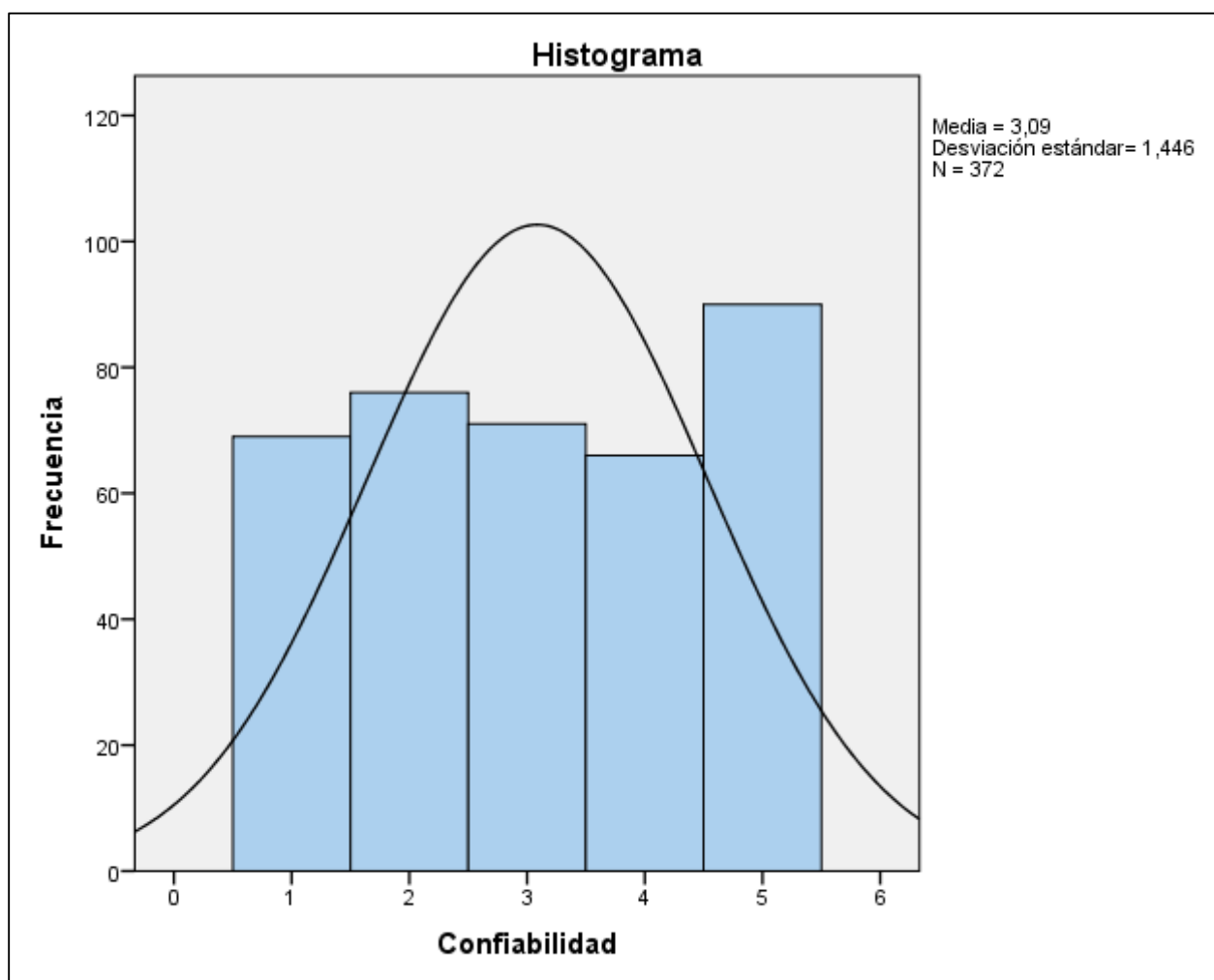


Figura 6: Media, Mediana, Moda y Desviación del nivel de confianza en el área de Farmacia del Centro Medico EsSalud Coishco, 2018.

Fuente: Tabla 6

OBJETIVO ESPECIFICO 3: IDENTIFICAR EL NIVEL DE CAPACIDAD DE RESPUESTA DEL ÁREA DE FARMACIA DEL CENTRO MÉDICO ESSALUD COISHCO, 2018.

Tabla 7: Nivel de capacidad de respuesta del área de farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.

Nivel de la Dimensión	Asegurados Encuestados	
	Nº	%
Muy Deficiente	64	17.20%
Deficiente	76	20.43%
Regular	48	12.90%
Eficiente	97	26.08%
Muy Eficiente	87	23.39%
TOTAL	372	100

Fuente: Asegurados Adscritos al Centro Medico Coishco que se atendieron en el área de farmacia 2018

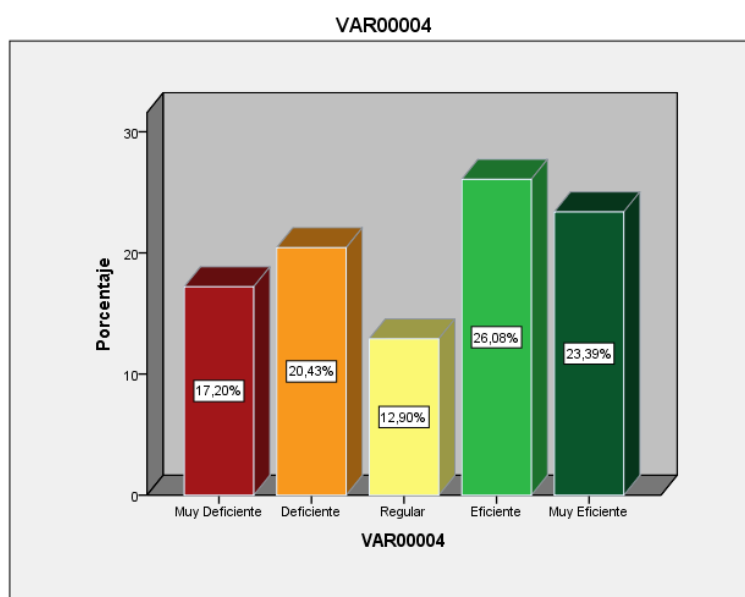


Figura 7: Nivel de capacidad de respuesta del área de farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.

Fuente: Tabla 7

Interpretaciones:

- De acuerdo con los resultados mostrados en la Tabla y Figura 4, el nivel de capacidad de respuesta del área de farmacia del centro médico EsSalud Coishco, 2018, en los Asegurados Adscritos al Centro Medico Coishco que se atendieron en el área de farmacia, fue muy deficiente con 17.20%, deficiente con 20.43%, regular con 12.90%, eficiente con 26.08% y muy eficiente con 23.39%.

Tabla 8: Media, Mediana, Moda y Desviación del nivel de capacidad de respuesta en el área de Farmacia del Centro Medico EsSalud Coishco, 2018.

Dimensión	Media	Mediana	Moda	Desviación
Capacidad de respuesta	3,18	3,00	4	1,436

Fuente: Asegurados Adscritos al Centro Medico Coishco que se atendieron en el área de Farmacia 2018

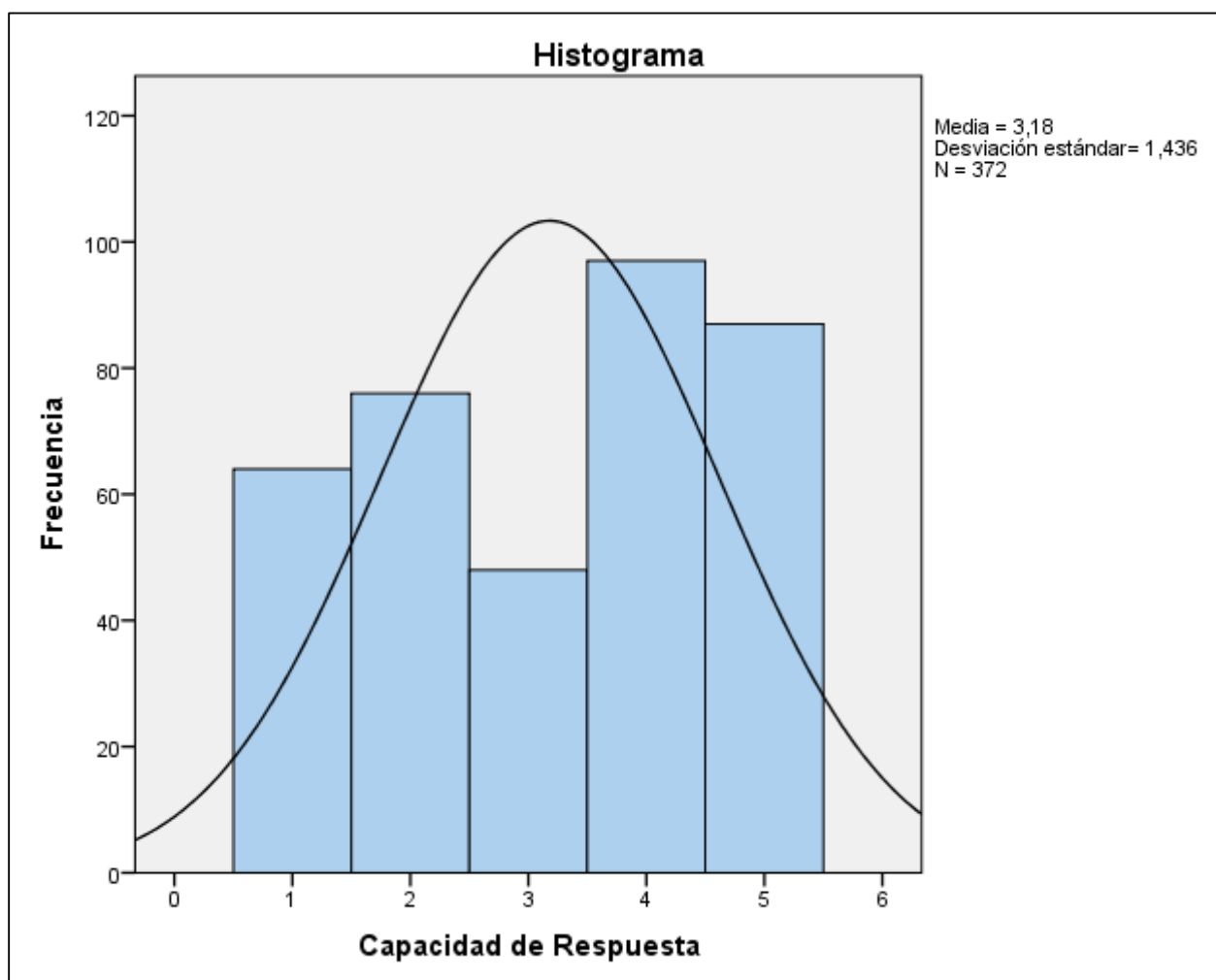


Figura 8: Media, Mediana, Moda y Desviación del nivel de capacidad de respuesta en el área de Farmacia del Centro Medico EsSalud Coishco, 2018.

Fuente: Tabla 8

OBJETIVO ESPECIFICO 4: IDENTIFICAR EL NIVEL DE GARANTÍA DEL ÁREA DE FARMACIA DEL CENTRO MÉDICO ESSALUD COISHCO, 2018.

Tabla 9: Nivel de garantía del área de farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.

Nivel de la Dimensión	Asegurados Encuestados	
	Nº	%
Muy Deficiente	72	19.35%
Deficiente	68	18.28%
Regular	50	13.44%
Eficiente	95	25.54%
Muy Eficiente	87	23.39%
TOTAL	372	100.00%

Fuente: Asegurados Adscritos al Centro Medico Coishco que se atendieron en el área de farmacia 2018

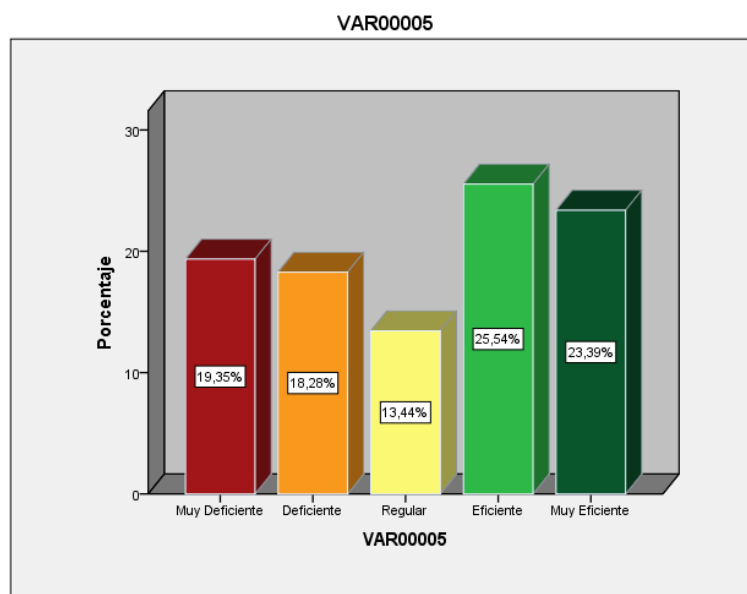


Figura 9: Nivel de garantía del área de farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.

Fuente: Tabla 9

Interpretaciones:

- De acuerdo con los resultados mostrados en la Tabla y Figura 5, el nivel de garantía del área de farmacia del centro médico EsSalud Coishco, 2018, en los Asegurados Adscritos al Centro Medico Coishco que se atendieron en el área de farmacia, fue muy deficiente con 19.35%, deficiente con 18.28, regular con 13.44%, eficiente con 25.54% y muy eficiente con 23.39%.

Tabla 10: Media, Mediana, Moda y Desviación del nivel garantía en el área de Farmacia del Centro Medico EsSalud Coishco, 2018.

Dimensión	Media	Mediana	Moda	Desviación
Capacidad de respuesta	3,15	3,00	4	1,459

Fuente: Asegurados Adscritos al Centro Medico Coishco que se atendieron en el área de Farmacia 2018

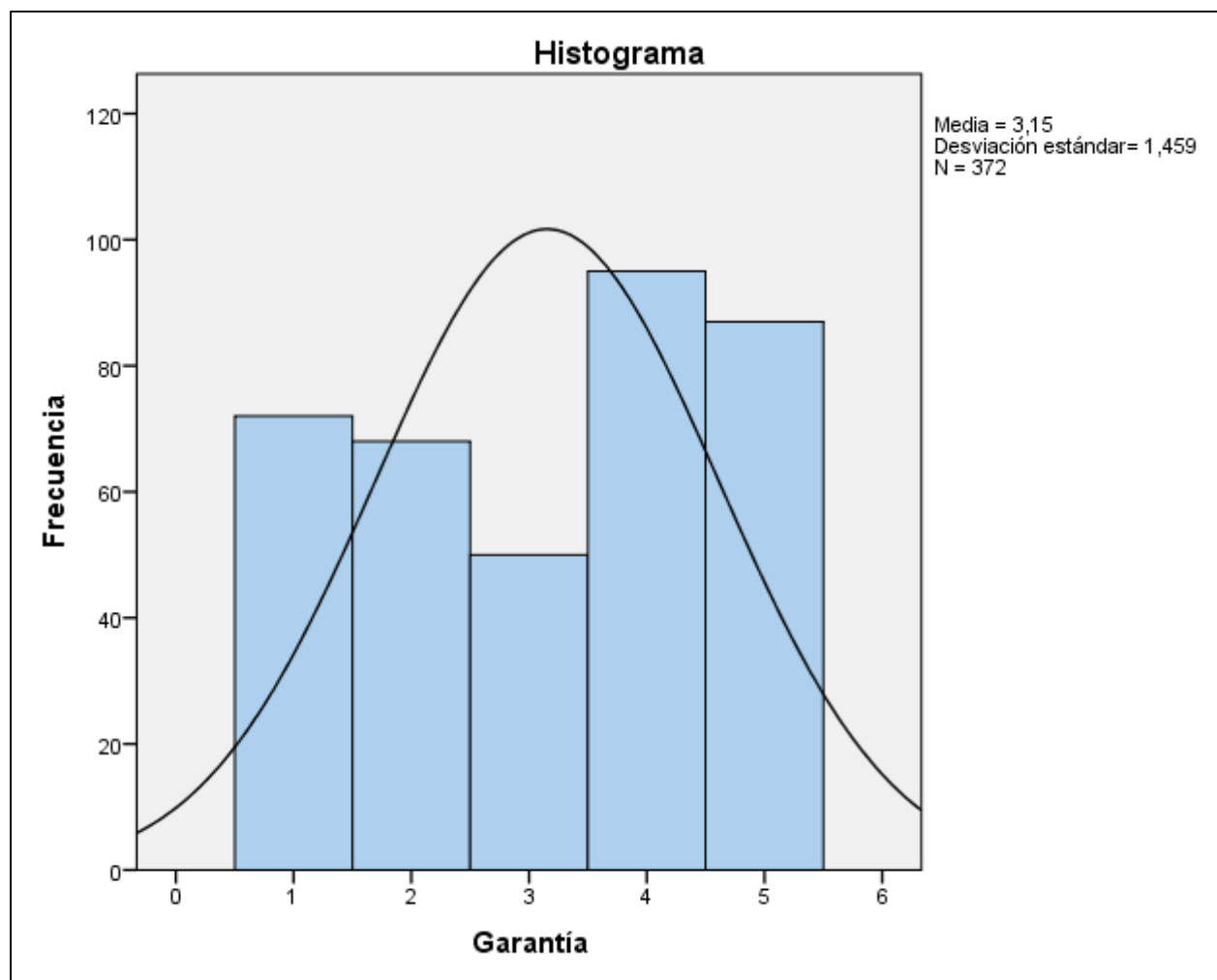


Figura 10: Media, Mediana, Moda y Desviación del nivel de garantía en el área de Farmacia del Centro Medico EsSalud Coishco, 2018.

Fuente: Tabla 10

OBJETIVO ESPECIFICO 5: IDENTIFICAR EL NIVEL DE EMPATÍA DEL ÁREA DE FARMACIA DEL CENTRO MÉDICO ESSALUD COISHCO, 2018.

Tabla 11: Nivel de empatía del área de farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.

Nivel de la Dimensión	Asegurados Encuestados	
	Nº	%
Muy Deficiente	71	19.09%
Deficiente	55	14.78%
Regular	76	20.43%
Eficiente	72	19.35%
Muy Eficiente	98	26.34%
TOTAL	372	100.00%

Fuente: Asegurados Adscritos al Centro Medico Coishco que se atendieron en el área de farmacia 2018

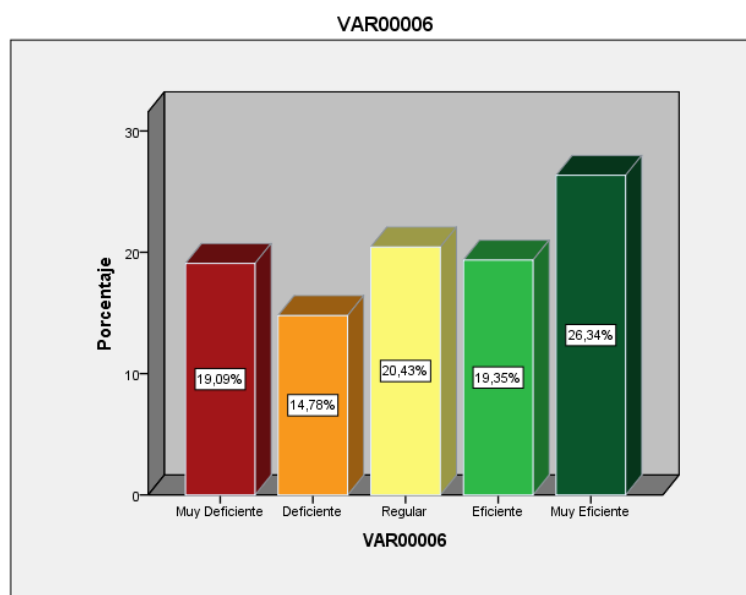


Figura 11: Nivel de empatía del área de farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.

Fuente: Tabla 11

Interpretaciones:

- De acuerdo con los resultados mostrados en la Tabla y Figura 6, empatía del área de farmacia del centro médico EsSalud Coishco, 2018, en los Asegurados Adscritos al Centro Medico Coishco que se atendieron en el área de farmacia, fue muy deficiente con 19.09%, deficiente con 14.78%, regular con 20.43%, eficiente con 19.35% y muy eficiente con 26.34%.

Tabla 12: Media, Mediana, Moda y Desviación del nivel empatía en el área de Farmacia del Centro Medico EsSalud Coishco, 2018.

Dimensión	Media	Mediana	Moda	Desviación
Empatía	3,19	3,00	5	1,459

Fuente: Asegurados Adscritos al Centro Medico Coishco que se atendieron en el área de Farmacia 2018

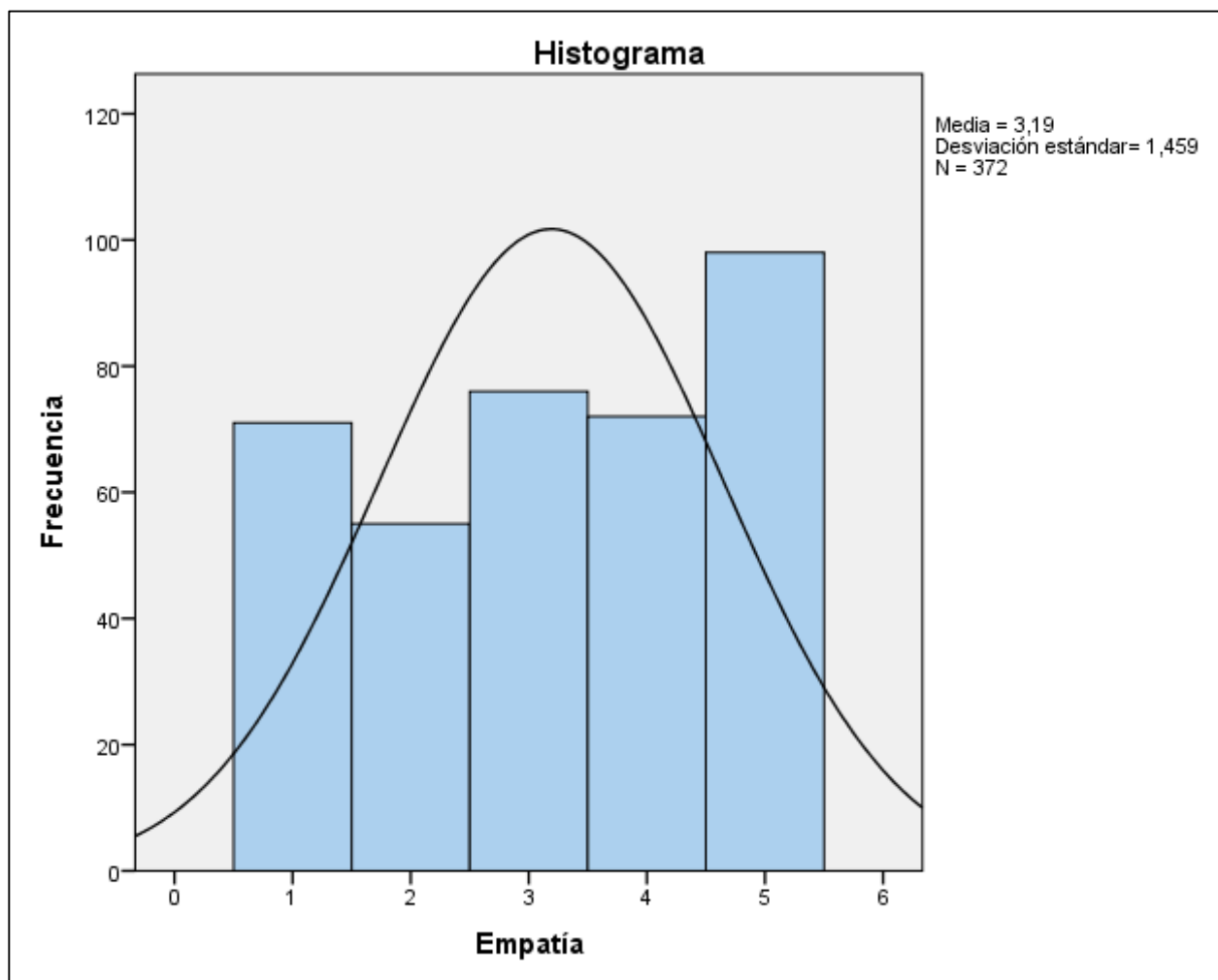


Figura 12: Media, Mediana, Moda y Desviación del nivel de empatía en el área de Farmacia del Centro Medico EsSalud Coishco, 2018.

Fuente: Tabla 12

IV. DISCUSIÓN

IV. DISCUSIÓN

Hoy en día, existe un dinamismo competitivo entre empresas muy exigentes, para que un cliente escoja una de las opciones ofertantes en el mercado, la organización que ofrece los productos o servicios debe de cumplir con las necesidades o requerimientos dados por el cliente.

Si bien es cierto las empresas que se encuentran en el mercado ofertante buscan la satisfacción de sus clientes o los potenciales; existe a veces una despreocupación o falta de eficiencia por parte de las mismas, en lo que se relaciona a calidad de servicio dentro de la empresa. La calidad de servicio recae principalmente en el valor agregado o mejor conocido en un término coloquial como “plus diferenciador” que posee la empresa frente a la competencia. Lamentablemente la gestión en este tipo de aspectos a veces es ineficiente por la falta de conocimiento por parte de los directivos que tienen a su cargo el direccionamiento de las empresas.

En las instituciones públicas se puede observar que se practica calidad de servicio pero desde gestiones empíricas, donde estas recaen principalmente en el cumplimiento básico de las exigencias de los clientes mas no van más allá de lo que busca el mismo. La clave para que una empresa posea un elemento diferenciador es generar en el cliente la sensación de satisfacción desde que adquiere el servicio o entra en las instalaciones de la empresa, hasta que sale o termina de consumir su producto o servicio adquirido.

Por otra parte el deseo onírico de las empresas que salen al mercado para ofertar bienes y/o servicios, es el de obtener una fidelización constante de sus clientes, esto lo hacen en algunas ocasiones gestionando una adecuada calidad de servicio dentro de la empresa.

EsSalud al ser una organización de salud, que por su modelo de gestión y la insuficiente preocupación por parte del gobierno, aun no maneja los conocimientos técnicos adecuados para gestionar una calidad de servicio excelente y saber por ende que esta se puede condicionar también a una buena fidelización de los clientes. Es por ello que el

objetivo principal de esta investigación es demostrar cómo se encuentra la situación real de la calidad de servicio frente a lo que ofrece el Centro Médico Coishco de EsSalud, desde la evaluación de sus clientes, que vienen a ser los asegurados adscritos a este centro asistencial.

Para poder discutir el objetivo general de esta investigación nos valdremos de lo encontrado en la investigación de Abay y Pincay (2014), cuya tesis se titula “Análisis de la calidad de servicios al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad de una empresa de seguros de Guayaquil”, Universidad Politécnica Salesiana. (Tesis de Pregrado). Llegando a la conclusión de que: la calidad de servicios presentada en la empresa evaluada desde la percepción del cliente externo se encuentra en niveles deficientes con una cifra de 25%, en el nivel medio se encuentra el 30%, y solo en niveles óptimos se encuentra el 45%. Lo mostrado en la investigación de estos dos autores difiere de manera parcial dentro de los resultados de la tabla 1 de la presente investigación, donde muestra el nivel de la calidad de servicio muy deficiente y deficiente (40,05%), regular con 18.01%, y muy eficiente y eficiente (41,93%). Este fenómeno de proporcionalidad dentro de la investigación se puede argumentar a que son diversas las características de personalidad y requerimientos de los clientes, a los que buscan satisfacer en el área de farmacia del centro médico de EsSalud de Coishco, es por ello que existe variedad dentro de los porcentajes expresados en niveles dentro de la variable evaluada.

Lo encontrado en la presente investigación se puede ver plasmado en lo expuesto por la teoría del autor japonés Ishikawa (2009), que sostiene que: “el cumplimiento de los requerimientos de los clientes permite alcanzar el objetivo de su satisfacción a través de la relación causa y efecto. Encierra conceptos de procesos, información, gestión y calidad de estrategias”. Para satisfacer a un cliente a través del cumplimiento del requerimiento, se debe de realizar por parte de la organización un estudio previo de la viabilidad para después de ello tomar decisiones asertivas y adecuadas frente a la gestión del marketing interno y externo ofrecido en la cartera de productos y servicios de la empresa. Se menciona que para poder apoyarse de esta teoría se puede utilizar el diagrama espina de Ishikawa o comúnmente llamado el de causa y efecto.

Si bien es cierto se subestima a veces a las entidades públicas frente a los temas relacionados a marketing, estas realizan esfuerzos conjuntos que condicionan en una mínima

mayoría la satisfacción de sus clientes, ya que estas entidades se centran en cubrir las necesidades primarias o básicas del cliente.

Siguiendo con los lineamientos de este capítulo, discutiremos nuestro objetivo específico primero con el estudio previo de Ramírez (2016), en su tesis titulada: “Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016”, Universidad Iberoamericana (Tesis de Maestría), llega a la conclusión principal de esta investigación, donde se basa en la identificación de la calidad de servicio del área de Farmacia en función de la capacidad de la entidad en resolver los problemas de salud del cliente, se identifica también que a mejores condiciones físicas, de infraestructura y cobertura de medicamentos, mayor será el nivel de satisfacción del usuario, tomando en cuenta también que la empatía del personal con el cliente (demostrar interés en su atención) mejora considerablemente el nivel de satisfacción de usuario, es por ello que se puede confirmar que la farmacia del nosocomio cuenta con una buena gestión dentro de las condiciones físicas de la variable calidad de servicio.

Los resultados mostrados en esta investigación se identifica con lo encontrado en la Tabla 3 de la presente investigación donde se muestra que el nivel de los elementos tangibles son de muy deficiente y deficiente (37,37%), regular con 20.16%, eficiente y muy eficiente (42,47%). Se puede argumentar que los resultados encontrados en la investigación no están tan alejados a los resultados de Ramírez (2016), esto es por la razón consecuente en la que se afirmó la discusión del objetivo general, donde nos dice que las instituciones del sector salud dentro del ámbito nacional satisfacen exclusivamente necesidades básicas dentro de los asegurados. En el caso de los elementos tangibles dentro del centro médico de EsSalud Coishco como del centro médico Yurimaguas, son pueblos donde los habitantes no exigen muchas comodidades por el escaso dinamismo de la globalización (consumismo) al que está acostumbrada la población de las ciudades del interior del país.

Lo mencionado en los resultados de la investigación confirma lo expuesto por los autores Olvera y Scherer (2013) que sostienen que “Los elementos tangibles están relacionados con la adquisición del servicio desde las instalaciones físicas y los equipos

profesionales en los materiales de comunicación. Incluye los aspectos del trabajador con la interacción del adquirente y la decoración de los locales. Cabe señalar que los elementos tangibles que mayor repercusión positiva generan son los que están relacionados en organizaciones cuya sede son lugares donde el cliente tiene un comportamiento pasivo en exigencias efímeras como lo son la infraestructura de lugares”.

Nos valdremos de la investigación de Flores (2017), en su tesis titulada: “Propuesta de un modelo de calidad para mejorar el servicio al cliente en la distribuidora Espinoza Chimbote-2017”, para discutir los resultados tanto de los objetivos específicos número 3 y 4 respectivamente. La investigación consultada es una tesis de Pregrado. (Universidad Cesar Vallejo), llegó a la siguientes conclusiones que a pesar de que se muestran niveles medios dentro de la investigación en función de la calidad de servicio, la dimensión capacidad de respuesta alcanza niveles malos e ineficientes con 44%, sobrepasados por el bueno y excelente con 45%. Así mismo se muestra que el nivel de la dimensión garantía en la Empresa evaluada alcanza un nivel malo y deficiente con 35%, mientras que en los niveles buenos y excelentes sobrepasa al anterior en 48%.

Esos resultados consultados se corroboran de manera casi idéntica con los de la presente investigación donde en la Tabla 7 se presenta un nivel predominante en el muy eficiente y eficiente con una cifra compacta de 49.47%, seguido del nivel deficiente y muy deficiente con una sumatoria de 37.63%, esto nos hace afirmar que tanto en la tesis de Flores como en la de la presente investigación, se gestionan adecuadamente la capacidad de respuesta, pero lamentablemente el esfuerzo no es suficiente debido a que no se implantan nuevas estrategias que permitan mermar el tiempo de respuesta en la atención para poder así satisfacer a la mayor cantidad de clientes posibles.

Así mismo se presenta la corroboración de los resultados en la Tabla 9 de la presente investigación donde se muestra a la dimensión garantía alcanzando el nivel predominante en el nivel eficiente y muy eficiente con 48.93%, frente a la sumatoria del nivel deficiente y muy deficiente con 37.63%. Pudiendo afirmar que los clientes confían en los productos

ofrecidos a través del servicio de salud brindado ya que los garantiza la gestión de la entidad de servicios de salud más grande y mejor implementada a nivel nacional.

Lo encontrado se puede reforzar con lo expuesto en Olvera y Scherer (2013) que sostienen que: “La capacidad de respuesta se centra la retroalimentación de los pedidos y la capacidad alta de las respuestas a través de la eficiencia del requerimiento”. Así mismo la garantía hace referencia a lo relacionado con el valor agregado que ofrece la organización al cliente a la hora de la adquisición del servicio, encierra entre indicadores la amabilidad del trato, la seguridad del servicio o producto, la competencia de diferenciación.

Para la discusión del quinto objetivo nos apoyaremos de la investigación de Ramírez (2016), en su tesis titulada: “Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016”, Universidad Iberoamericana (Tesis de Maestría). Como resultado de la investigación, se identificó el nivel de empatía que según perspectiva del paciente posee la institución de salud, mostrando que esta alcanza el nivel alto en 45%, seguido por el nivel bajo con 32%, se llegó a la conclusión que los pacientes consultados aducen que sienten que la institución es empática ya que cubren sus necesidades básicas como lo son la atención de salud brindada, esto se da en el caso de las personas que no son muy exigentes, sin embargo hay otro tipo de pacientes que califica con más exigencia la empatía de la empresa, que en este caso vendría a ser los que la ubican en la categoría de malo debido a que no cumplen sus requerimientos, como mejor atención o la famosa atención personalizada.

Los resultados mostrados en la investigación consultada no están lejos de los encontrados en la presente investigación, ya que se identifican con los de la Tabla 11 donde se puede observar que el nivel de la dimensión empatía según los asegurados adscritos es de muy eficiente y eficiente en 45, 69%, seguido por los de muy deficiente y deficiente con 33,87%; pudiendo afirmar que el contexto y exigencias en el paciente evaluado en Ramírez, es casi parecido al encontrado en esta investigación, pudiendo afianzar las causas de estos resultado expuestos en la investigación consultada.

Lo mencionado tanto en Ramírez y en la presente investigación se puede afianzar con lo expuesto en Olvera y Scherer (2013) donde habla que la empatía se relaciona en cubrir las necesidades de los clientes desde la perspectiva de que la empresa se ponga en el lugar de los adquirentes de servicios para dar a través de su alcance la mejor opción a comparación de la competencia.

V. CONCLUSIONES

V. CONCLUSIONES

5.1. Se determinó el nivel de la variable calidad de servicio en el área de Farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018; en los Asegurados Adscritos que se atendieron en el área de farmacia, y que ubican como el nivel más importante a la categoría de eficiente con 21.77%, seguido del muy eficiente con 20.16%, para continuar con el deficiente con la misma cantidad 20.16%, el muy deficiente alcanza un 19.89%, para finalizar con el regular en 18,01, pudiendo decir que los niveles de la calidad de servicio dentro del centro de salud son similares entre sí, debido a las diversas percepciones del paciente en función de su necesidad o exigencia requerida a la hora de evaluar un servicio. (Tabla 1)

5.2. Se identificó el nivel de la dimensión elementos tangibles del área de farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018; donde los asegurados ubicaron a los niveles de categoría positiva como lo son, el nivel muy eficiente con 29.57% y con 12,90% al eficiente; en las categorías negativas se encuentran el nivel deficiente con 21,24%, seguido del muy deficiente con 16,13%, para terminar con el nivel regular en 20.16%, esto nos quiere decir que la calidad en elementos tangibles dada por EsSalud, cumple con las necesidades básicas de los asegurados, como infraestructura adecuada (bancas para la espera en la atención, armonía entre los ambientes físicos, etc.). (Tabla 3)

5.3. Se identificó el nivel de la dimensión confianza del área de farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018; donde los asegurados ubicaron a los niveles de categoría positiva como lo son el nivel muy eficiente con, 24,19% y con 17.74% al eficiente, en las categorías negativas se encuentran el nivel deficiente con 20.43%, seguido del muy deficiente con 18.55%, para terminar con el nivel regular en 19.09%, los resultados de la favorabilidad se deben a que los usuarios de EsSalud generan un vínculo de confianza con el personal de atención de la farmacia, es por ello que se le es a gusto atenderse con el mismo trabajador. (Tabla 5)

5.4. Se identificó el nivel de la dimensión llamada capacidad de respuesta del área de farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018; donde los asegurados ubicaron a los niveles de categoría positiva como lo son el nivel eficiente con, 26.08% y con 23.39% al

muy eficiente, en las categorías negativas se encuentran el nivel deficiente con 20.43%, seguido del muy deficiente con 17.20%, para terminar con el nivel regular en 12.90, los resultados nos muestran que la capacidad de respuestas es rápida para el despacho de algunos medicamentos, pero lenta para otro tipo de existencias. (Tabla 7)

5.5. Se identificó el nivel de la dimensión llamada garantía del área de farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018; donde los asegurados ubicaron a los niveles de categoría positiva como lo son el nivel eficiente con, 25.54% y con 23.39%.al muy eficiente, en las categorías negativas se encuentran el nivel deficiente con 18.28%, seguido del muy deficiente con 19.35%, para terminar con el nivel regular en 13.44%, esto se debe a que el área de farmacia posee el respaldo según la perspectiva de los clientes, de la institución EsSalud, pudiéndose generar en algunas ocasiones el cumplimiento de lo requerido del abastecimiento del asegurado. (Tabla 9)

5.6. Se identificó el nivel de la dimensión llamada empatía del área de farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018; donde los asegurados ubicaron a los niveles de categoría positiva como lo son el nivel muy eficiente con, 26.34% y con 19.35% al eficiente, en las categorías negativas se encuentran el nivel deficiente con 14.78%, seguido del muy deficiente con 19.09%, para terminar con el nivel regular en 20.43%, estos resultados nos ratifican que el asegura siente que la entidad es empática al brindarle un servicio de salud relativamente eficiente en algunos puntos, satisfaciendo así sus principales necesidades. (Tabla 11)

VI. RECOMENDACIONES

VI. RECOMENDACIONES

6.1. Se recomienda al centro médico mejorar la gestión de la calidad del servicio brindada en el área de farmacia a través del cumplimiento de los requerimientos del asegurado adscrito, esto se puede realizar haciendo un estudio previo donde se encueste al asegurado y se le pregunte, que es lo que busca o espera de la calidad de servicio en el área de farmacia del nosocomio, con una investigación descriptiva simple aplicada a la población.

6.2. Se recomienda al centro médico gestionar de manera oportuna un procedimiento de actualización de mobiliario en el ambiente de espera, dentro del área de farmacia, para que así esta dimensión pueda generar mayores niveles de eficiencia dentro de la percepción de la calidad de servicio, cabe destacar que se debe seguir un plan operativo de mantenimiento de la infraestructura (pintado, adquisición de enseres, ambientación con macetas y plantas, etc.) A través de solicitudes de requerimiento dirigidos a la administración de la Red, lo que permitirá condicionar de manera positiva el nivel de dicha dimensión, esto se realizará con una ficha de observación en una investigación de tipo y diseño descriptiva.

6. 3. Se recomienda al centro médico, seguir un programa protocolar en la atención del cliente a través de una actitud personalizada que permita generar en la experiencia de adquisición de servicio dentro de la farmacia una empatía con el asegurado a través de acciones sencillas como un saludo, darles una sonrisa o generar un vínculo informal, enmarcado en la cortesía y el respeto a los pacientes; esto se puede realizar a través de una investigación experimental para ver un antes y después de la capacitación.

6 .4. Se recomienda mejorar la calidad de servicio gestionando de una mejor manera la capacidad de respuesta dentro de la farmacia, debido a que hay un porcentaje importante de asegurados que se sienten insatisfechos por el tiempo de atención prolongado y por haber encontrado situaciones de desabastecimiento de algunos medicamentos, generando incomodidades a la hora de su experiencia.

6.5. Se recomienda al centro médico, planificar y programar eventos de capacitación, orientados a conseguir la sensibilización del personal, primordialmente al que tiene trato

directo con el público asegurado, debido a que hay un importante porcentaje de pacientes que no sienten que el personal entienda sus necesidades. Esta actividad mejoraría considerablemente los niveles de eficiencia en la percepción del paciente, así como entre trabajadores.

6.6. Se recomienda a futuras investigaciones realizar un estudio experimental en la que se pueda aplicar la propuesta de mejora planteada en esta presente investigación, donde nos permita conocer el efecto que puede generar en el nosocomio sobre calidad de servicio.

VII. PROPUESTA

VII PROPUESTA

Después de analizar la situación encontrada bajo la premisa de la calidad de servicio en el área de farmacia del centro médico EsSalud de Coishco, nuestra propuesta estará guiada en función de 5 criterios para aplicar el plan de mejora, los cuales son la facilidad de implementación, rapidez del servicio, la asistencia tecnológica, impacto sobre el usuario y el bajo costo en la implementación.

La explicación de cada criterio se detalla a continuación:

- Facilidad de implementación. Este criterio involucra la capacidad del personal de salud de adaptarse a los cambios propuestos, así como el esfuerzo que demandará implementarlos.
- Rapidez para realizar el servicio. Con este criterio pretendemos considerar en qué medida las propuestas que plantearemos contribuyen a la fluidez y agilización del servicio brindado.
- Asistencia tecnológica. Se analiza el nivel de involucramiento e importancia que tiene la tecnología en las propuestas planteadas.
- Impacto sobre el usuario (asegurado). Se considera el nivel de impacto que generará para los asegurados, con la finalidad de que su satisfacción sea positiva.
- Bajo costo de implementación. Se evaluarán los recursos económicos con los que dispone el centro médico para implementar la propuesta que mejor se adapte a su realidad y signifique el menor impacto en su presupuesto.

Para la dimensión Elementos Tangibles, mediante la cual nos referimos a las deficiencias en equipamiento e infraestructura con la que cuenta el área Farmacia del Centro Medico Coishco, considerando desde equipos obsoletos, paredes un poco deterioradas hasta muebles en mal estado. Para lo cual se propone lo siguiente.

1. Realizar un mantenimiento a la infraestructura física del área farmacia.

Esta propuesta se desarrolla con la finalidad de mejorar las instalaciones del área de farmacia, dado que considerar reestructurar el local no es factible debido a las restricciones presupuestales que sufre una institución pública

como EsSalud, menos aun tratándose de un centro médico de baja resolución como es el caso del centro médico Coishco.

Esta propuesta se iniciará por lo más básico como es el pintado y resanado de los muros del ambiente de espera que es un ambiente abierto y de los ambientes que ocupa la farmacia en sí, lo que incluirá la adquisición de plantas y maceteros que estilicen el ambiente siendo agradable a la vista de los pacientes; para lo cual se solicitará un presupuesto a una empresa especializada en este tipo de servicios.

Seguidamente en coordinación con la División de Informática de la Red Ancash, se implementará un programa de mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos (computadoras e impresoras) con que cuenta el área de farmacia, considerando como mínimo con mantenimientos anuales para las computadoras y semestrales para las impresoras láser y matriciales.

De igual manera en coordinación con la División de Ingeniería Hospitalaria de la Red Ancash, se implementará el programa de mantenimiento preventivo y correctivo de mobiliario tanto de la sala de espera como de las instalaciones que ocupa la farmacia, considerando la necesidad de reparar y/o reponer el mobiliario afectado.

Para la dimensión Confianza, se implantará una solución hacia las dudas respecto a que medicamentos llevará cada paciente.

2. Actualización constante del programa de medicamentos en uso.

La presente propuesta iniciará con la adaptación del televisor con los que cuenta el área de farmacia, el cual estará conectado con su servidor mediante un cable HDMI. En él se transmitirán los medicamentos que llevara cada uno de los asegurados y en qué orden deben de atenderse el usuario en cuestión.

En el caso de que un medicamento no se encuentre en stock, se notificará por el televisor que dicha situación y se mostrará la fecha de recojo para ese

producto, de esta forma si fue imposible prever el quiebre de stock por motivos ajenos al área de farmacia, se reducen las molestias ocasionadas al paciente puesto que con las disculpas del caso se le está programando la fecha de recojo o de llegada del stock.

Para superar problemas de confusión y rapidez en el momento de asignar medicamentos a la hora de la atención, relacionado con la dimensión Capacidad de respuesta, se propone la siguiente estrategia:

Coordinar la actualización del Software de Control, que utiliza hoy en día el área de farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud.

La presente propuesta se explica a continuación:

3. Actualización del Software de control, que utiliza hoy en día el área de farmacia.

Esta propuesta se desarrolla con la finalidad de que se actualice la información en tiempo real del número total de existencias, teniendo en cuenta las nuevas existencias y así como la activación de alertas en pantalla de aquellos medicamentos que se encuentren próximos a vencer o a agotar el stock (quiebre de stock).

El sistema que se utiliza actualmente contiene los datos generales de la existencia (nombres, código, tratamiento, fecha de vencimiento, etc.), lo que permite saber a través de un procedimiento la fecha de vencimiento y el nivel de stocks de los medicamentos y otros materiales que se dispensan a través del servicio de farmacia. Este procedimiento no es automático, debe ser ejecutado en forma manual y de acuerdo a una programación establecida por el responsable en farmacia.

A partir de esto se propone mejorar la oportunidad de presentación de esta información, permitiendo en tiempo real conocer los niveles de stock, fechas de vencimiento y otros detalles de los materiales que permitan gestionar oportunamente su reabastecimiento; evitando de esta manera el quiebre de los stocks y el malestar de los pacientes al no encontrar el medicamento necesario para calmar sus afecciones.

Para la dimensión Garantía se creyó conveniente la estrategia del desarrollo de un plan de

comunicación externa.

4. Desarrollo de un plan de comunicación externa

Esto con la finalidad de poder conseguir una verdadera mejora de la calidad que permita informar a los usuarios sobre:

- El procedimiento de atención que brinda el área de farmacia del Centro Médico.
- El tiempo promedio de atención por paciente que solicita el medicamento.
- Conocimiento de las mejoras implementadas en el área Farmacia para con los asegurados.
- Las normas y recomendaciones sanitarias de mayor interés para el manejo de sus medicamentos que debe conocer el paciente.

Este plan se desarrolla dado que la percepción final de las mejoras conseguidas dependen del usuario, por lo que es muy importante comunicarlas convenientemente. Para ello, se mejorará la comunicación de la información con la finalidad de que los usuarios sientan que son elementos clave del proceso de atención y no se sientan instrumentalizados.

Para llevar a cabo esta propuesta, tendremos en cuenta lo siguiente:

- a. Mediante un Flujograma (Diagrama de procedimiento) el cual será exhibido a la salida de los consultorios de atención y emergencia del centro médico, se orientará el procedimiento de recojo de medicamentos en el servicio de farmacia, el mismo que incluye desde la atención en el módulo de atención al paciente, el procedimiento de consulta y el procedimiento de recojo de medicamentos en el área de farmacia.
- b. Mediante carteles y boletines pegados en una pizarra, en los exteriores del área de farmacia se publicará información concerniente al conocimiento de las mejoras implementadas en el área Farmacia para con los asegurados, así como las normas y recomendaciones sanitarias de mayor interés para el manejo de sus medicamentos que debe conocer el paciente.

Para la dimensión Empatía, el cual consiste en la insatisfacción de los asegurados generado por el trato poco cordial y amable que perciben les brinda el personal del área de farmacia

Para subsanar este problema es necesario capacitar al personal para que mejoren la capacidad de llegar a los pacientes, ya que después de todo son ellos los que se encargan de implementar las mejoras en el centro de salud.

5. Desarrollo de un plan de comunicación interno.

Esta herramienta se plantea con la finalidad de alcanzar la mejora continua de la calidad, dado que el éxito de cualquier cambio radica en una efectiva comunicación entre los profesionales, para ganar su apoyo, ya que en definitiva son los responsables de implementar las mejoras. Por ello se hace necesario elaborar e implementar este Plan de Comunicación Interno, que permita informar sobre la calidad a los trabajadores en el área de Farmacia, de forma autorizada y creíble.

El desarrollo de este plan, consiste en realizar reuniones mensuales con todo el personal del área de farmacia, con la finalidad de tratar los siguientes temas:

- Medición de los pacientes atendidos en comparación con el mes anterior, para determinar el aumento o disminución del número de pacientes atendidos por mes.
- Medición del tiempo promedio que el asegurado se encuentra con el personal que atiende en farmacia, a través de un reporte realizado por el mismo y enviado por el jefe de farmacia.
- Medición del número de quejas recibidas en el área de reclamos.

Estos temas se desarrollan con el fin de determinar las causas que originan la insatisfacción de los asegurados, teniendo en cuenta lo que el personal de farmacia, percibe del proceso de atención. A partir de ello, plantear posibles mejoras que permitan que el paciente perciba un trato cordial, amable y que el encargado se preocupa por él durante el corto tiempo que dure el proceso de atención. Forma parte indispensable de este proceso el insistir en que el empleado debe atender en forma educada y cordial, saludando al iniciar el procedimiento y despidiéndose de la misma forma amable al culminar su atención.

PRESUPUESTO A TODO COSTO DE ELEMENTOS TANGIBLES

Dichos trabajos se detallan a continuación:

Actividad	Cantidad	S/.	Total
Picado y resane, reforzado con aditivo anti salitre de muros en mal estado de conservación.	8.40 m2	43.60	366.24
Picado y resane de agrietamiento y rajadura de muro de ladrillo.	3.5 ml	24.80	86.80
Pintado de muros resanados (con pintura látex lavable)	40.00 m2	10.75	430.00
Limpieza general de obra	1.00 un	45.00	45.00
Maceteros grandes, incluye palmeras hawaianas	3.00 un	70.00	210.00
Total			1,138.04

Se debe tener en consideración que la División de Ingeniería Hospitalaria de la Red Ancash tiene personal contratado para realizar estos servicios, por lo que de ingresar a la programación de trabajos de la Red Asistencial sería innecesario ser tercerizado y se reduciría el gasto a sólo el importe del costo de los maceteros y sus respectivas plantas ornamentales.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Abay y Pincay (2014). Análisis de la calidad de servicios al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad de una empresa de seguros de Guayaquil. Licenciatura. Universidad Politécnica Salesiana.
- Albreth, K. (2006). *El cliente y la calidad en el servicio, teoría del servicio modelo triángulo*. (2^a ed.). ESPAÑA, Editorial Esic
- Boletín de la Organización Mundial de la Salud, Volumen 95 (2017). Recuperado de: <http://www.who.int/bulletin/volumes/95/7/17-030717/es/>
- Centrum. (Marzo de 2013) *Salud de hoy, problemas en el mañana*. Simposio llevado a Cabo en el XV Congreso Situación Médica de la Pontificia Universidad Católica del Perú., Lima Perú.
- Díaz, F. (8 de febrero del 2018). *Chimbote: asegurados se quejan por falta de atención en EsSalud*. Rpp noticias
- Galviz, G. I. (2011). *Calidad en la gestión de servicio*. Maracaibo, Venezuela: Universidad Rafael Urdaneta.
- García, A. M., Acero, R. d., & Perea, J. M. (2012). *Economía y gestión*. Córdova: Universidad de Córdova.
- González, A. (2009). *Investigación básica y aplicada en el campo de las ciencias económico administrativas*. Recuperado de <http://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/basica2004-1.pdf>
- Flores, M. (2017). *Propuesta de un modelo de calidad para mejorar el servicio al cliente en la distribuidora Espinoza Chimbote-2017*. Licenciatura. Universidad Cesar Vallejo
- Hernández, R, Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6^a ed.) México: Editorial Mc Graw Hill
- Hernández L., Jiménez, F. Y Rivera, N. (2012). *Evaluación de la Calidad del servicio de farmacias San Nicolás*. Licenciatura. Universidad de los Andes.
- Hoffman, K. y Bateson, J. (2012). *Marketing de Servicios: Conceptos, estrategias y casos*. (4^aed). México D.F.: CENGAGE Learning.

- Ishikawa, K. (2009). *Introduction to quality control*. (3ª ed.). Barcelona: Santander
- Israel G. (2011) *Calidad en la Gestión de Servicios*. 1ª. Ed. Edit. Fondo Editorial Biblioteca Universidad Rafael Urdaneta. Venezuela
- Juran, J. y Gryna, F. (2009) *Manual de Control de Calidad*. (4ª ed).Mexico D.F.: Mc Graw Hill.
- Kia, L. T. (2011). *An evaluation of TQM and the techniques for successful implementation. Training for Quality*. California: MG Graw Hill.
- Montoya, L. (2017). *Calidad en el Servicio en el Sector Transporte Terrestre Interprovincial en el Perú*. Maestría. Pontificia Universidad Católica del Perú
- Nanfuñay S. y Seminario K. (2015) *Calidad Técnica en el Servicio de Emergencia y su relación con la Percepción de la Calidad de atención por el Paciente del Hospital Naylamp*; Agosto Noviembre 2014. Licenciatura. Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/143>
-
- Olvera, I. y Scherer O. (2013). *El cliente y la calidad en el servicio*. (3ª ed).México: Trillas.
- Pérez, V. (2007). *Calidad Total en la Atención al Cliente: Pautas para Garantizar la Excelencia en el Servicio*. (1ª ed.). Ideas propias Editorial. España.
-
- Paredes, J. y Reyes S. (2017). *Nivel de Satisfacción de los Usuarios del Servicio de Farmacia del Centro Materno Infantil “Juan Pablo II”, Villa El Salvador*. Licenciatura. Universidad Norbert Wiener. Recuperado de: <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/923/TITULO%20-%20Reyes%20Paucarima%2C%20Javier%20Arturo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Parasuraman, A. y Grewal, D. (2000). *The impact of technology on the quality value-loyalty chain: A research agenda. Journal of Academic of Marketing Science*. (5ª ed.)England: Maramos Edit.
- Price, J. M., & Chen, E. E. (2011). *Capacidad de gerenciar a través de la calidad de servicio*. California: Pearson Educación
- Ramírez, P. (2016). *Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016*. Maestría. Universidad Iberoamericana

- Rodríguez, S. (2017). El Marketing Relacional y la Calidad de Servicio que brinda el gimnasio Yaco's Gym, Chimbote – 2017. Licenciatura. Universidad Cesar Vallejo
- Tarí J. (2012) *Calidad Total: Fuente de ventaja competitiva*. 3ª Ed. Edit. Spagrafic. España
- Tummala, V., & Tang, C. L. (2012). *Estrategia para una buena calidad de servicio*. Universidad de Wisconsin.
- Urbina, K. (2015). Modelo de gestión de calidad en el servicio de farmacia del hospital básico privado Durán de la ciudad de Abanto. Licenciatura. Universidad de los Andes
- Vega, P. (2017). Calidad de servicio y satisfacción del usuario interno en la Dirección de Medicamentos, Insumos y Drogas Ancash, 2016. Maestría. Universidad Cesar Vallejo

Anexos

Anexo 01: Matriz de Consistencia Lógica

TÍTULO	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA	
Calidad de Servicio en el Área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud, 2018	General	Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.95) indica que: “En un estudio descriptivo solo se formula hipótesis cuando se pronostica un dato o hecho”.	V1: Calidad de servicio	Elementos Tangibles	<p>Diseño. Descriptivo</p> <p style="text-align: center;">M → O</p> <p>Dónde: M = Asegurados que adquieren servicios del Área de Farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018. O = Observación de la variable calidad de servicios</p> <p>Población 23 748 Asegurados que adquieren servicios del Área de Farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.</p> <p>Muestra. 372 Asegurados que adquieren servicios del Área de Farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Confiabilidad: Cuestionario de la calidad de servicio α Cronbach = 0.946</p>	
	Específicos			Identificar el nivel de los Elementos Tangibles del área de Farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.		Confiabilidad
	Identificar el nivel de Confianza del área de Farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.			Capacidad de Respuesta		
	Identificar el nivel de Capacidad de Respuesta del área de Farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.			Garantía		
	Identificar el nivel de Garantía del área de Farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.			Empatía		
	Identificar el nivel de Empatía del área de Farmacia del Centro Médico EsSalud Coishco, 2018.					
Proponer un plan de mejora para la calidad de servicio en el área de farmacia del Centro Médico Coishco, 2018						

ANEXO 02

CUESTIONARIO PARA MEDIR LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL AREA DE LA FARMACIA DEL CENTRO MEDICO DE COISHCO EN EL AÑO 2018

El presente documento es parte de un trabajo de investigación, su aplicación será de utilidad para la investigación, en torno a medir la Calidad de Servicio en el Área de Farmacia del Centro Medico Coishco, por ello se solicita su colaboración.

Marque con una equis o aspa “X” la respuesta que considere acertada, desde su punto de vista, según las siguientes alternativas. La aplicación de esta es confidencial y anónima.

N°	LEYENDA
1	NUNCA
2	CASI NUNCA
3	ALGUNAS VECES
4	CASI SIEMPRE
5	SIEMPRE

VARIABLE 1: CALIDAD DEL SERVICIO										
DIMENSIONES	INDICADORES					1	2	3	4	5
ELEMENTOS TANGIBLES	INFRAESTRUCTURA									
	1	El Área de Farmacia posee el equipamiento adecuado para la atención.								
	2	El ambiente de espera en Farmacia es limpio y acogedor.								
	3	El tamaño del ambiente destinado a la atención en la farmacia es el adecuado.								
	LOS COLABORADORES									
	4	El personal que brinda la atención tiene buena presencia.								
	5	El personal dispone de todos los medios para realizar su labor								
CONFIABILIDAD	ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN									
	6	La Farmacia cuenta con adecuada señalización; clara y entendible								
	7	La Farmacia brinda folletos, y exhibe afiches con un lenguaje claro y preciso.								
	INTEGRIDAD									
8	El personal del área de farmacias brinda confianza en la atención recibida.									
9	El personal muestra imparcialidad con los asegurados, es decir atiende a todos por igual. A excepción de los adultos mayores, madres gestantes y discapacitados; los cuales tienen atención preferencial.									
COMPROMISO										
10	La institución entrega la totalidad de los medicamentos recetados por el médico.									
11	La institución muestra su compromiso en ofrecer un servicio oportuno.									
SERVICIO EFICIENTE										
C	16	El personal está atento para ayudarlo en lo que necesita.								

	12	El personal de la institución está siempre predispuesto ante cualquier consulta o necesidad del paciente.					
	13	El personal está capacitado y realiza su labor eficientemente.					
	14	El servicio brindado cubre sus expectativas.					
	PRONTITUD						
	15	Cuando solicita los medicamentos, recibe una atención inmediata.					
	UTILIDAD						
	17	La farmacia cuenta con el personal suficiente para llevar a cabo el servicio de entrega de medicamentos.					
	18	El personal propone mejoras en los servicios que presta.					
	FLEXIBILIDAD Y CAPACIDAD						
	19	El personal se encuentra debidamente especializado en su función.					
	20	La Farmacia ofrece la disponibilidad de atenderlo cuando lo requiere.					
GARANTÍA	PERICIA						
	21	El personal está capacitado para solucionar cualquier consulta o problema.					
	CORTESIA						
	22	El personal se muestra amable en todo momento; saluda al empezar a atenderlo y se despide cortésmente al culminar su atención.					
	CREDIBILIDAD						
	23	El comportamiento del personal le inspira confianza y seguridad.					
	24	La institución genera credibilidad en los asegurados.					
	CERTIDUMBRE						
	25	El personal transmite una percepción de confianza y honradez.					
EMPATÍA	ATENCIÓN PERSONALIZADA						
	26	El personal le ofrece una atención personalizada en sus servicios.					
	BUENA COMUNICACIÓN						
	27	El personal entiende sus necesidades y las satisface.					
	28	El personal se comunica amablemente con Usted durante todo el proceso de atención.					
	COMPRENSIÓN						
	29	El personal muestra interés y comprende sus consultas.					
30	El personal utiliza un lenguaje claro y entendible para resolver sus dudas.						

Gracias por su colaboración.

Estamos trabajando para mejorar la calidad de servicio.

FICHA TÉCNICA DEL CUESTIONARIO CALIDAD DE SERVICIO EN EL AREA DE FARMACIA DEL CENTRO MEDICO COISHCO

I. DATOS INFORMATIVOS:

- 1.1. Técnica:** Encuesta
- 1.2. Tipo de instrumento:** Cuestionario Calidad de Servicio
- 1.3. Lugar:** Área de Farmacia del Centro Médico Coishco - EsSalud.
- 1.4. Forma de aplicación:** Individual/colectiva
- 1.5. Autora:** Salazar Agueda Leydi
- 1.6. Medición:** Calidad de Servicio
- 1.7. Administración:** Pacientes Asegurados
- 1.8. Tiempo de aplicación:** 10 minutos

II. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO:

El objetivo del instrumento tiene como finalidad identificar el nivel de Calidad de Servicio del Área de Farmacia del Centro Médico Coishco – EsSalud 2018.

III. VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD:

El instrumento fue sometido a juicio de expertos; esto, según lo indican Hernández et al. (2014), a fin de analizar las proposiciones para comprobar si los enunciados están bien definidos en relación con la temática planteada, y si las instrucciones son claras y precisas, a fin de evitar confusión al desarrollar la prueba. Para la **validación** se emplearon como procedimientos la selección de los expertos, en investigación y en la temática de investigación. La entrega de la carpeta de evaluación a cada experto: cuadro de Operacionalización de las variables, instrumento y ficha de opinión de los expertos; mejora de los instrumentos en función a las opiniones y sugerencias de los expertos.

Para establecer la confiabilidad del instrumento, cuestionario de calidad de servicio, se aplicó una prueba piloto; posterior a ello, los resultados fueron sometidos a los procedimientos del método Alpha de Cronbach, citado por Hernández et al. (2014); el cálculo de confiabilidad que obtuvo del instrumento fue $\alpha = 0,946$, resultado que a luz de la tabla de valoración e interpretación de los resultados de Alpha de Cronbach se asume como una confiabilidad muy fuerte, que permite determinar que el instrumento proporciona la confiabilidad necesaria para su aplicación.

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,946	30

IV. DIRIGIDO A:

La encuesta está dirigida a la muestra obtenida; la cual consiste en 372 pacientes asegurados adscritos al Centro Medico Coishco de EsSalud.

MATERIALES NECESARIOS:

Fotocopias del instrumento, tablero de madera con clip de metal, lapicero, corrector.

DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO:

El instrumento referido presenta 30 ítems con una valoración de 1 a 5 puntos cada uno (Nunca= 1, Casi nunca=2, Algunas veces=3, Casi siempre=4 y Siempre=5); los cuales están organizados en función a las dimensiones de la variable calidad de servicio.

La evaluación de los resultados se realiza por dimensiones y por todos los enunciados (variable), considerando la valoración referenciada. Los resultados, de la escala de estimación serán organizados o agrupados en función a la escala establecida.

DISTRIBUCIÓN DE ÍTEMS POR DIMENSIONES

Elementos Tangibles	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Confiabilidad	8, 9, 10, 11, 12, 13, 14
Capacidad de Respuesta	14, 16, 17, 18, 19, 20
Garantía	21, 22, 23, 24, 25
Empatía	26, 27, 28, 29, 30

PUNTAJE POR DIMENSIÓN Y VARIABLE

Niveles	A nivel de variable	A nivel de dimensiones				
		D1	D2	D3	D4	D5
Muy Deficiente	30	7	7	6	5	5
Deficiente	31-60	8-14	8-14	7-12	6-10	6-10
Regular	61-90	15-21	15-21	13-18	11-15	11-15
Eficiente	91-120	22-28	22-28	19-24	16-20	16-20
Muy Eficiente	121-150	29-35	29-35	25-30	21-15	21-15

*** Niveles de calidad de servicio

ANEXO 03: VALIDACIONES Y CONFIABILIDAD

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO
TÍTULO DE LA TESIS: "Calidad de Servicio en el Área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud, 2018."

Variable	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN						OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES			
				Nunca (1)	Casi Nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEMS		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA					
									SI	NO	SI	NO	SI	NO				
			El Área de Farmacia posee el equipamiento adecuado para la atención.						X									
		Infraestructura	El ambiente de espera en Farmacia es amplio y acogedor.															
			El tamaño del ambiente destinado a la atención en la farmacia es el adecuado.															
	Elementos Tangibles		El personal que brinda la atención tiene buena presencia															
		Los colaboradores	El personal dispone de todos los medios para realizar su labor															
			La Farmacia cuenta con adecuada señalización; clara y entendible															
		Elementos de comunicación	La Farmacia brinda folletos, y exhibe afiches con un lenguaje claro y preciso.															
			El personal del área de farmacias le brinda confianza en la atención recibida.															
	Confiabilidad	Integridad	El personal muestra imparcialidad con los asegurados, es decir atiende a todos															

Garantía	Pericia	El personal está capacitado para solucionar cualquier consulta o problema.	X						X											X
	Cortesía	El personal se muestra amable en todo momento; saluda al empezar a atenderlo y se despide cortésmente al culminar su atención.	X						X											X
		El acompañamiento del personal le inspira confianza y seguridad.	X						X											X
	Credibilidad	La institución genera credibilidad en los asegurados	X						X											X
		El personal transmite una percepción de confianza y honradez.	X						X											X
	Certidumbre	El personal le ofrece una atención personalizada en sus servicios.	X						X											X
		El personal entiende sus necesidades y las satisface.	X						X											X
	Empatía	Buena Comunicación	El personal se comunica amablemente con Usted durante todo el proceso de atención.	X					X											X
		Comprensión	El personal muestra interés y comprende sus consultas.	X					X											X
			El personal utiliza un lenguaje claro y entendible para resolver sus dudas.	X						X										


 Dr. Nathali Perdigoso Leytton
 DNI: 44512362

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO PARA MEDIR LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL AREA DE LA FARMACIA DEL CENTRO MEDICO DE COISHCO EN EL AÑO 2018

OBJETIVO: IDENTIFICAR EL NIVEL DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL AREA DE LA FARMACIA DEL CENTRO MEDICO DE COISHCO EN EL AÑO 2018

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : PANTIKOSO LEYTHON NATHALI

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : DOCTORA EN EDUCACION


Dr. Nathali Pantigoso Leython

DNI: 441512362

Fuente: Formato enviado por el Área de Investigación de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO DE LA TESIS: "Calidad de Servicio en el Área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud, 2018."

DIMENSION	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN						OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES								
			Nunca (1)	Casi Nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	RELACION ENTRE LA DIMENSION Y EL INDICADOR		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEMS		RELACION ENTRE EL ITEM Y LA OPCION DE RESPUESTA										
							SI	NO	SI	NO	SI	NO		SI	NO						
Variable		El Área de Farmacia posee el equipamiento adecuado para la atención. El ambiente de espera en Farmacia es amplio y acogedor. El tamaño del ambiente destinado a la atención en la farmacia es el adecuado. El personal que brinda la atención tiene buena presencia El personal dispone de todos los medios para realizar su labor La Farmacia cuenta con adecuada señalización, clara y entendible La Farmacia brinda folletos, y exhibe afiches con un lenguaje claro y preciso.																			
			Infraestructura																		
Elementos Tangibles	Los colaboradores																				
Confiable	Elementos de comunicación																				
Calidad De Servicio	Integridad																				

Garantía	Perticia	El personal está capacitado para solucionar cualquier consulta o problema.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Cortesía	El personal se muestra amable en todo momento, saluda al empezar a atenderlo y se despide cortésmente al culminar su atención.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Credibilidad	El comportamiento del personal le inspira confianza y seguridad.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Empatía	Certidumbre	La institución genera credibilidad en los asegurados.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Atención Personalizada	El personal transmite una percepción de confianza y honradez.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Buena Comunicación	El personal ofrece una atención personalizada en sus servicios. El personal entiende sus necesidades y las satisface. El personal se comunica amablemente con Usted durante todo el proceso de atención.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comprensión		El personal muestra interés y comprende sus consultas.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		El personal utiliza un lenguaje claro y entendible para resolver sus dudas.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>


 Dr. Adolfo López Bzolt
 DNI: 31649896

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO PARA MEDIR LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL AREA DE LA FARMACIA DEL CENTRO MEDICO DE COISHCO EN EL AÑO 2018

OBJETIVO: IDENTIFICAR EL NIVEL DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL AREA DE LA FARMACIA DEL CENTRO MEDICO DE COISHCO EN EL AÑO 2018

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR :

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR :



Dr. José Suárez Cerda

DNI: 31674876.

Fuente: Formato enviado por el Área de Investigación de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo


NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (X)

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO DE LA TESIS: "Calidad de Servicio en el Área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud, 2018."

Variable	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN						OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES							
				Nunca (1)	Casi Nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA									
									SI	NO	SI	NO	SI	NO		SI	NO					
Calidad De Servicio	Elementos Tangibles	Infraestructura	El Área de Farmacia posee el equipamiento adecuado para la atención. El ambiente de espera en Farmacia es amplio y acogedor. El tamaño del ambiente destinado a la atención en la farmacia es el adecuado.																			
			Los colaboradores	El personal que brinda la atención tiene buena presencia El personal dispone de todos los medios para realizar su labor La Farmacia cuenta con adecuada señalización, clara y entendible																		
			Elementos de comunicación	La Farmacia brinda folletos, y exhibe afiches con un lenguaje claro y preciso. El personal del área de farmacias le brinda confianza en la atención recibida.																		
			Confiability	Integridad	El personal muestra imparcialidad con los asegurados, es decir atiende a todos																	

Garantía	Pericia	El personal está capacitado para solucionar cualquier consulta o problema.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
	Cortesía	El personal se muestra amable en todo momento, saluda al empezar a atenderlo y se despide cortésmente al culminar su atención.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
	Credibilidad	El comportamiento del personal le inspira confianza y seguridad.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
		La institución genera credibilidad en los asegurados	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
	Certidumbre	El personal transmite una percepción de confianza y honradez.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
	Atención Personalizada	El personal le ofrece una atención personalizada en sus servicios.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
		El personal entiende sus necesidades y las satisface.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
		El personal se comunica amablemente con Usted durante todo el proceso de atención.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
	Empatía	Buena Comunicación	El personal muestra interés y comprende sus consultas.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
		Comprensión	El personal utiliza un lenguaje claro y entendible para resolver sus dudas.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X


 Dr. Mij. Carol Torres Saura
 DNI: 3248835

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO PARA MEDIR LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL AREA DE LA FARMACIA DEL CENTRO MEDICO DE COISHCO EN EL AÑO 2018

OBJETIVO: IDENTIFICAR EL NIVEL DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL AREA DE LA FARMACIA DEL CENTRO MEDICO DE COISHCO EN EL AÑO 2018

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : Tomas Suñano Carol Bruñana

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Magister


Dr. Mg. Carol Tomas Suñano

DNI: 3745035

Fuente: Formato enviado por el Área de Investigación de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

RESULTADO DEL ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

PARA MEDIR LA VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO

Alfa de Cronbach Fiabilidad	N° de elementos
0.9468	30

Nivel de Confiabilidad Aceptado

Estadísticos total-elemento


N° ITEM	Promedio	Varianza S
ITEM 1	3.79	1.4
ITEM 2	3.79	1.3
ITEM 3	3.93	0.5
ITEM 4	3.79	1.4
ITEM 5	4.14	0.6
ITEM 6	4.07	1.3
ITEM 7	2.36	2.5
ITEM 8	3.57	0.4
ITEM 9	3.29	1.2
ITEM 10	4.36	0.8
ITEM 11	4.14	1,1
ITEM 12	3.36	1.0
ITEM 13	3.93	0.6
ITEM 14	4.14	0.7
ITEM 15	4.14	0.6
ITEM 16	3.79	1.4
ITEM 17	3.71	0.4
ITEM 18	3.29	0.6
ITEM 19	3.93	0.9
ITEM 20	3.86	1.4

ITEM 21	3.36	0.6
ITEM 22	3.71	1.1
ITEM 23	3.79	0.9
ITEM 24	3.93	0.6
ITEM 25	3.71	1.3
ITEM 26	3.64	0.9
ITEM 27	3.86	0.6
ITEM 28	3.79	0.6
ITEM 29	3.64	1.7
ITEM 30	3.86	1.0

Análisis de la confiabilidad:

La confiabilidad del instrumento (cuestionario) con que se medirá el nivel de la Calidad del Servicio en el Área de Farmacia del Centro Médico Coishco EsSalud en el año 2018, que determina la consistencia interna de los ítems formulados para medir dicha variable de interés, es decir; detectar si algún ítem tiene un mayor o menor error de medida, utilizando el método del Alfa de Cronbach y aplicado a una muestra piloto de 14 asegurados (clientes) con características similares a la muestra, obtuvo un coeficiente de confiabilidad de $\alpha_{\text{Cronbach}} = 0.9468$, lo que permite inferir que el instrumento a utilizar es SIGNIFICATIVAMENTE CONFIABLE y por ende es **Aceptable el uso de este cuestionario**, según la Escala de ALFA DE CRONBACH.

ANEXO 04: ACTA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

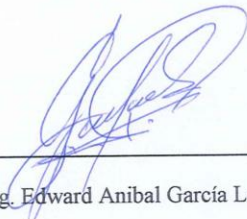
	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código: F06-PP-PR-02.02 Versión: 09 Fecha: 23-03-2018 Página: 1 de 1
---	---	---

Yo, Edward Anibal García León, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo – Chimbote, revisor de la tesis titulada:

“Calidad de Servicio en el Área de Farmacia del Centro Médico Coishco de Esalud, 2018” del estudiante César Amado Ravello Lázaro, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 16% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Nuevo Chimbote 10 de Diciembre de 2018



Mg. Edward Anibal García León

DNI: 18149845

ANEXO 05: AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo César Amado Ravello Lázaro, identificado con DNI N° 32945425, egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado: “Calidad de Servicio en el Área de Farmacia del Centro Médico Coishco de EsSalud, 2018”; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art 23 y Art 33.

Nuevo Chimbote, 12 de Diciembre del 2018


César Amado Ravello Lázaro
DNI: 32945425.

ANEXO 06: AUTORIZACIÓN DE VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
EP DE ADMINISTRACIÓN

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:
CÉSAR AMADO RAVELLO LÁZARO

INFORME TÍTULADO:

“CALIDAD DE SERVICIO EN EL ÁREA DE FARMACIA DEL CENTRO MÉDICO
COISHCO DE ESSALUD, 2018”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 05 /12/2018

NOTA O MENCIÓN: Dieciocho (18)

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN