



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA
SALUD**

Satisfacción de los usuarios de las boticas Pharmacity Yumi y
Chasqui Pharma, Lima - 2022

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Gestión de los Servicios de la Salud**

AUTOR:

Arias Arzapalo, Jenny Edith (ORCID: 0000-0002-7745-2094)

ASESOR:

Dr. Laguna Velasco, Jorge Gonzales (ORCID: 0000-0002-1148-3648)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Calidad de las prestaciones asistenciales y gestión del riesgo en salud

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Promoción de la Salud, nutrición y salud alimentaria

Lima – Perú

2022

DEDICATORIA

A Dios por darme la fortaleza y las bendiciones en mi vida. Para mi familia por todo el apoyo que me dan, sobre todo a mis Padres por el ejemplo de superación continúa, en especial a mi madre a la cual admiro su sabiduría. A mis dos pequeños tesoros que son la luz de mis ojos y por prestarme el tiempo que es para ellos, por su gran apoyo ya que son motivo de superación continua los adoro.

AGRADECIMIENTO

A los representantes de las boticas Yumi y Chasqui por permitirme realizar esta tesis
A la universidad por ser parte de esta institución, también a los docentes por brindarnos sus experiencias y enseñanzas, las cuales serán de gran utilidad en el ámbito profesional.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Pag.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. Introducción	1
II. Marco teórico	5
III. Metodología	11
3.1 Tipo y diseño de investigación	11
3.2 Variables y operacionalización	11
3.3 Población, muestra y muestreo	12
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos,	13
3.5 Procedimiento	13
3.6 Métodos de análisis de datos	14
3.7 Aspectos éticos	14
IV. Resultados	14
V. Discusión	26
VI. Conclusiones	31
VII. Recomendaciones	32
Referencias	34
Anexos	40

Índice de tablas

	Pag.
Tabla 1: Nivel de satisfacción de los usuarios de las boticas Yumi y Chasqui	14
Tabla 2: Niveles de la dimensión fiabilidad de la satisfacción de los usuarios de las boticas Yumi y Chasqui	15
Tabla 3: Niveles de la dimensión capacidad de respuesta de la satisfacción de los usuarios de las boticas Yumi y Chasqui	16
Tabla 4: Niveles de la dimensión seguridad de la satisfacción de los usuarios de las boticas Yumi y Chasqui	17
Tabla 5: Niveles de la dimensión empatía de la satisfacción de los usuarios de las boticas Yumi y Chasqui	18
Tabla 6: Niveles de la dimensión tangibilidad de la satisfacción de los usuarios de las boticas Yumi y Chasqui	19
Tabla 7: Contrastación de hipótesis general	21
Tabla 8: Contrastación de hipótesis específica fiabilidad	22
Tabla 9: Contrastación de hipótesis específica capacidad de respuesta	23
Tabla 10: Contrastación de hipótesis específica seguridad	24
Tabla 11: contrastación de hipótesis específica empatía	25
Tabla 12: Contrastación de hipótesis específica aspectos tangibles	26

Índice de figuras

	pag
Figura 1: Porcentaje de satisfacción de los usuarios de las boticas Yumi Y chasqui	15
Figura 2: Porcentajes de la dimensión fiabilidad de los usuarios de la botica Yumi y Chasqui	16
Figura 3: Porcentajes de la dimensión capacidad de respuesta de los usuarios de la botica Yumi y Chasqui	17
Figura 4: Porcentajes de la dimensión seguridad de los usuarios de la botica Yumi y Chasqui	18
Figura 5: Porcentajes de la dimensión empatía de los usuarios de la botica Yumi y Chasqui	19
Figura 6: Porcentajes de la dimensión tangibilidad de los usuarios de la botica Yumi y Chasqui	20

Resumen

Esta investigación de “Satisfacción de los usuarios de las Boticas Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022”, el objetivo general es comparar la satisfacción percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima – 2022.

El estudio de la investigación que se aplicó fue de enfoque comparativa descriptiva, de diseño no experimental, transversal de tipo correlacional. La muestra fue de 230 usuarios de cada botica, Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma. La técnica que se utilizó fue el cuestionario tipo escala de Likert, con ello se midió el grado de satisfacción de los usuarios, tiene 10 ítems, con cinco alternativas de respuestas: Malo, regular, bueno, muy bueno y excelente.

Se obtuvo como resultado que un 90.9 % de los usuarios de la botica Chasqui tuvieron alta satisfacción, obteniendo un rango promedio de 318.37, mientras que en la botica Yumi se obtuvo como resultado 65.2% con mediana satisfacción, obteniendo un rango promedio de 142.63. En la prueba no paramétrica de Test U de Mann Whitney, se obtuvo el $U = 6241.00$, con un $p = .000$ ($p < 0.05$).

Lo cual se concluye que existen diferencias altamente significativas en la satisfacción que perciben los usuarios de las boticas Yumi y Chasqui.

Palabras clave: Satisfacción, usuario, dimensión, botica.

Abstrac

This investigation of "Satisfaction of the users of the Pharmacity Yumi and Chasqui Pharma, Lima - 2022", the general objective is to compare the satisfaction perceived by the users of the Pharmacity Yumi and Chasqui Pharma, Lima - 2022.

The study of the research that was applied was of descriptive comparative approach, of non-experimental design, transversal of correlational type. The sample consisted of 230 users from each pharmacy, Pharmacity Yumi and Chasqui Pharma. The technique used was the Likert scale type questionnaire, with which the degree of user satisfaction was measured, it has 10 items, with five alternative answers: Bad, regular, good, very good and excellent.

It was obtained as a result that 90.9% of the users of the Chasqui apothecary had high satisfaction, obtaining an average range of 318.37, while in the Yumi apothecary, 65.2% were obtained as a result with medium satisfaction, obtaining an average range of 142.63. In the non-parametric Mann Whitney U Test, a result of $U = 6241.00$ was obtained, with $p = .000$ ($p < 0.05$).

Which concludes that there are highly significant differences in the satisfaction perceived by users of the Yumi and Chasqui drugstores.

Keywords: Satisfaction, user, dimension, apothecary.

I. Introducción

La realidad actual de las boticas y farmacias a nivel global, cumple con una labor dirigida a una satisfacción profesional de orientación y prevención hacia los usuarios, para esto se debe tener niveles adecuados en el servicio de la calidad de atención así poder cumplir con la satisfacción del cliente externos quienes acuden a diferentes establecimientos farmacéuticos ya que este negocio farmacéutico crece muy rápidamente a nivel global es así como ahora se pueden encontrar farmacias por conveniencias con modalidad de autoservicios donde se pueden encontrar otros servicios que son medicamentos, es así que en el otro lado está el cliente o consumidor quien cada día es más exigente en el servicio y la calidad.

Un estudio realizado por la Asociación Europea de Farmacéuticos de hospital, en la cual se realizó una encuesta a los farmacéuticos los cuales un alto número consideraba que el desabastecimiento era un tema de alta relevancia y de gran problema al momento de administrar a los pacientes ya que tampoco disponían de alternativas farmacéuticas. Para este problema las instituciones europeas empezaron por abordar el problema del desabastecimiento, para esto se requiere que las farmacéuticas proveedoras garanticen el abastecimiento continuo por medio de una notificación anticipada un par de meses antes anticipando así si habrá una interrupción temporal o permanente del producto, es así que en 2019 impulsa un programa de intercambio de información de una posibles escases entre estados miembros como la EMA (European Medicines Agency) y la comisión Europea (Bernal et al., 2020).

España es un país donde el sistema de salud es universal, vienen mejorando la esperanza de vida más alta lo cual viene ser las más altas dentro del estado Europeo, ya que ellos mantienen la calidad de manera equitativa y accesible para su población lo cual se podrá notar en la satisfacción al momento de la atención (Forrellat, 2016).

En Ecuador, exactamente en la ciudad de Loja, el sector farmacéutico tuvo un desabastecimiento de fármacos en los establecimientos y los mismos

proveedores. Aquí las farmacias tienen un rol importante que es la distribución hasta llegar al consumidor final, la gestión por parte de la administración pública obligan a las farmacias a expender medicina genérica, lo cual genera descontento en los pacientes ya que la efectividad es baja (Toral et al., 2018).

En el Perú son diferentes establecimientos farmacéuticos, como cadenas posicionadas en el mercado y establecimientos particulares. En un operativo realizado por la Contraloría (28 de mayo al 1 de junio del 2018), la cual fue denominado, por una salud de calidad, realizada a establecimientos de salud de segundo y tercer nivel, Ministerio de Salud, Seguro social, gobiernos regional, la fuerza armada y la Policía. Encontró diversas deficiencias en el servicio de farmacia es así que el 63% no realiza compras corporativas de medicamentos, el 29% presenta sobre stock, el 24% esta con deficiencia de stock, el 18% esta desabastecido, el 33% no cumple con buenas prácticas de almacenamiento y un 45% no cumple con autorización sanitaria del almacén. Como resultado logra identificar que todo lo mencionado genera la mala calidad de atención al paciente.

En una publicación las empresas que pertenecen a la Asociación Nacional de Cadenas de Boticas (Anacab), ellos se comprometen ante Indecopi a dar mejoras en sus servicios y mejorar la atención manteniendo los precios de los productos (7 de febrero del 2021) diario el peruano.

El establecimiento farmacéutico Botica Pharmacy Yumy, es una empresa individual que fue aperturado en junio del 2021, está ubicado en la Av. Metropolitana, Urb. Ceres del distrito de Ate. Atendiendo al público de lunes a domingo. La botica a pocos meses de cumplir su primer año ha logrado captar clientes continuos, asimismo atiende un promedio de 25 clientes por día, los días con mayor venta se dan los fines de semana. La Botica Chasqui Pharma está ubicada en la calle Napo - independencia tiene un promedio de clientes similar. Las personas que acuden son algunos clientes fidelizados y los ocasionales que son su mayoría. Sin embargo a pesar de lo mencionado encontramos algunos problemas en la botica los cuales necesitan garantizar y promover la calidad y la satisfacción del cliente entre estas deficiencias podemos mencionar que, no cuenta con una variedad de stock suficiente para cubrir las expectativas del cliente, el incremento

de precios de los medicamentos, falta de conocimiento por parte de un personal que atiende. Por estas razones mencionadas es importante realizar este estudio el cual nos permitirá conocer el grado de satisfacción del cliente.

Mediante este contexto se plantea el problema general lo siguiente ¿Qué diferencia existe en la satisfacción percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma Lima - 2022?, en los problemas específicos se plantearon los siguientes interrogantes: ¿Qué diferencia existen en la satisfacción percibida por los usuarios en su dimensión fiabilidad de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022?, ¿Qué diferencia existen en la satisfacción percibida por los usuarios en su dimensión capacidad de respuesta de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022?. ¿Qué diferencia existen en la satisfacción percibida por los usuarios en su dimensión seguridad de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022?, ¿Qué diferencia existen en la satisfacción percibida por los usuarios en su dimensión empatía de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022?, ¿Qué diferencia existen en la satisfacción percibida por los usuarios en su dimensión elementos tangibles de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022?

En el objetivo general se propuso lo siguiente: Comparar la satisfacción percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022. Como objetivos específicos se propuso los siguientes: Comparar la satisfacción en su dimensión fiabilidad percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022. Comparar la satisfacción en su dimensión capacidad de respuesta percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022. Comparar la satisfacción en su dimensión seguridad percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022. Comparar la satisfacción en su dimensión empatía percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022. Comparar la satisfacción en su dimensión aspectos tangibles percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022.

Se señala como justificación del informe: Justificación práctica, esta investigación será de utilidad en la administración de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma ya que por medio de ello podemos identificar un diagnóstico

específico del nivel de satisfacción percibida por los usuarios y hacer subsanar las deficiencias encontradas ya que esto al ser mejoradas obtendremos clientes más satisfechos. La justificación teórica, esta investigación es relevante ya que nos permitirá conocer el nivel de satisfacción del usuario después de su visita al establecimiento farmacéutico, además el incremento de boticas en el Perú es muy relevante y la demanda del consumidor crece esto hace que el usuario sea más exigente con su satisfacción percibida. La justificación metodológica, en esta investigación se adaptó la escala de Servqual, para medir el grado de satisfacción percibida por el usuario, con la confiabilidad y validación del instrumento usado.

Se plantea como hipótesis general lo siguiente: Existen diferencias significativas entre la satisfacción percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma Lima - 2022. Se plantea como hipótesis específicos los siguientes: Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión fiabilidad percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022. Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión capacidad de respuesta percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022. Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión seguridad percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022. Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión empatía percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022. Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión elementos tangibles percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022.

II. Marco Teórico

De acuerdo a la investigación se encontraron como antecedentes internacionales a los que mencionaremos a continuación.

Según Molla et al. (2022) en su trabajo de investigación tuvieron como objetivo: “Evaluar la satisfacción del paciente con los servicios farmacéuticos y los factores asociados en hospitales públicos, ubicado en Noreste de Etiopia”, Realizaron un estudio transversal cuantitativo, tomaron como muestra 401 usuarios de estos 229 o el 55.1% eran mujeres, obteniendo así como resultado que el 50.9% se encontró satisfecho con el servicio farmacéutico el 0.31% mostro que el área de espera son incomodas, el 0.12% mostro su insatisfacción con el servicio recibido y la falta de stock de medicamentos y el 1.37% presento inconvenientes en el asesoramiento, en conclusión encontraron que los niveles de satisfacción fueron superior al 50%, en cuanto a las áreas de espera se mostró de forma negativa la satisfacción.

Según Rodríguez y Ángela (2021) en su tesis de maestría propusieron como objetivo: “Evaluar la calidad de atención y satisfacción de los usuarios de la farmacia del Hospital de Machala – Ecuador”. Aplico el método deductivo de tipo descriptivo se basaron en el modelo SERVQUAL. La muestra tomaron a los pacientes consumidores de la farmacia de la institución ya mencionada. Llegando así a la conclusión de que los usuarios necesitan mayor calidad de atención como empatía, confiabilidad, seguridad, en las cuales necesitara aplicar estrategias de compromiso que reviertan esto para así poder satisfacer al usuario.

Señala Lambrini et al. (2021) en su trabajo de investigación tuvo como objetivo: “Evaluar el nivel de satisfacción del servicio de farmacia y determinar el perfil socioeconómico de los clientes de las farmacias públicas de la ciudad espíritu santo, Brasil”. Fue un estudio observacional transversal con enfoque cuantitativo, la muestra la calcularon a partir del número mensual de pacientes atendidos en farmacias y se determinó para cada farmacia, los datos fueron analizados, los resultados muestran que en general los pacientes de las farmacias están satisfechos con los servicios sin embargo la mayor satisfacción se relacionó solo

con los aspectos estructurales y organizacionales mientras que los servicios farmacéuticos son insatisfechos.

Según Duque (2020) en su estudio tuvo como objetivo: “Analizar la percepción de información de los medicamentos ofrecidos en los establecimientos farmacéuticos minoristas de dos barrios de la localidad Antonio Nariño de Bogotá”. Su estudio fue observacional descriptivo transversal, se aplicó una encuesta a los usuarios con preguntas enfocadas a la satisfacción respecto a la información recibida por parte del personal que laboran ahí, como resultados obtuvieron que un 83% supera las expectativas obtuvieron un 64.8% de satisfechos, la información de mayor solicitud es la dosis, reconstitución y cuidados con la administración de los fármacos, concluyendo así que se demuestra en este estudio la alta aceptación y satisfacción con el servicio recibido por parte del personal de farmacia.

Señala Casali et al. (2017) en investigación propuso como objetivo: “Evaluar la accesibilidad de los medicamentos y el grado de satisfacción de los usuarios de las farmacias públicas del municipio de Ljui, Rio Grande do Sul de Brasil”. Se aplicó un estudio, transversal, observacional, analítico tipo cuantitativo, tomo como muestra a los usuarios de 14 farmacias los cuales eligió de manera aleatoria en la sala de espera con un total de 134 usuarios que participaron, obteniendo como resultados, que el principal problema es el desabastecimiento en un 37.3%, falta de recursos humanos 12.6% y un 54.5% tuvo acceso a los medicamentos, por tanto concluyeron, que los resultados muestran la satisfacción con los servicios ofrecidos sin embargo hay insuficiencia para acceder a los medicamentos y a una atención farmacéutica que garantice la calidad del tratamiento y solución a sus problemas.

Señala Sánchez et al. (2015) en su trabajo de investigación tuvieron como objetivo: “Conocer el grado de satisfacción del cliente interno y externo del servicio de farmacia del Hospital Virgen de la Luz, Cuenca – España”. Fue un estudio transversal utilizaron el cuestionario tipo- Likert, con un apartado de sugerencias para mejoras, tomando como muestra un total de 314 clientes, llegaron a la conclusión que tanto los clientes internos y externos están satisfechos con la atención en farmacia, cabe destacar que dentro de las sugerencias los clientes externos exigen mayor presencia del farmacéutico y superar las dificultades de acceso a sala de espera.

Señalan Surur et al. (2015) en su investigación propusieron como objetivo: “Evaluar el nivel de satisfacción del cliente con los servicios de farmacia ambulatoria”, de un Hospital Universitario en el noreste de Etiopía”. Realizaron un estudio transversal, tomaron como muestra 400 usuarios, usaron como instrumento la entrevista obtuvieron en los resultados positivos en los clientes que se atendieron de forma gratuita y obteniendo baja satisfacción en los clientes que pagaron llegando a la conclusión mostraron con el estudio que el nivel de satisfacción fue bajo en personas de nivel cultural alto.

Encontrando como antecedentes nacionales diversos estudios con estas variables.

Según Santillán (2021) en su tesis de maestría propuso el objetivo: “Describir de qué manera la calidad de servicio se vincula con la satisfacción del usuario de la farmacia ambulatoria de una institución pública”. El estudio aplicado fue, de enfoque cuantitativo, diseño no experimental descriptivo correlacional. La muestra estudiada fueron 75 pacientes que asistieron a la farmacia, usaron un cuestionario de preguntas, obteniendo como resultado un coeficiente de 0.572 en la cual concluyo que la calidad de servicio está directamente vinculada con la satisfacción del usuario.

Según Quispe (2021) en su tesis tuvo como objetivo: “Determinar la relación existente entre la calidad de atención y el nivel de satisfacción del usuario de la farmacia del Hospital las Mercedes de Paita 2021”. Uso un estudio cuantitativo, descriptivo correlacional, no experimental tomo como muestra 80 personas que asistieron al área de farmacia uso un cuestionario de preguntas, obtuvo como resultado en la variable calidad un Rho de Spearman = 0.743, la cual concluye con la existencia de un valor significativo de la calidad de atención y la satisfacción del usuario.

Señala Ayala (2020) en su investigación propuso como objetivo: “Determinar la relación que existe entre la calidad de atención y el nivel de satisfacción del usuario de la farmacia del Hospital de Huaycán 2020”. Aplico el estudio no experimental, transversal descriptivo, tuvo una población de 40 usuarios, empleo un cuestionario de preguntas, llegando a un resultado de coeficiente de Rho de Spearman = 0.599, en todas sus dimensiones esto indica que fue positivo la

relación entre las variables estudiadas en tanto concluye en que una calidad mejorada de servicio tendrá usuarios satisfechos.

Señalan Gonzales y Kelly (2020) en su tesis de maestría tuvieron como objetivo: “Establecer la relación entre la calidad de atención con la satisfacción del usuario en el servicio de farmacia del Hospital II-E Banda de Shilcayo”. Fue un estudio con diseño no experimental, descriptivo y transversal, tuvo como muestra 40 usuarios, empleo el cuestionario como instrumento, los resultados que obtuvieron como resultado un 53% de forma positiva en calidad y un 55% en la satisfacción y un coeficiente de Rho de Spearman de 0.711 ,lo concluye que hay una buena relación entre ambas variables.

Señala Barrientos (2018) su investigación tuvo como objetivo: “Determinar la relación entre la calidad de atención y satisfacción del usuario del servicio de farmacia del centro de salud Laura Caller – Los Olivos, 2018”. Uso el estudio de, diseño no experimental, enfoque cuantitativo corte transversal y descriptivo correlacional, uso una muestra de 60 personas que acudieron al servicio de farmacia de dicho centro, empleo un cuestionario obtuvo como resultado Rho de Spearman = 0.852 y llega a la conclusión si se mejora la calidad de atención el usuario quedara con alta satisfacción , así mismo concluye que si hay una relación directa con las dimensiones de seguridad, confiabilidad y capacidad de respuesta con la satisfacción del usuario.

En esta investigación se tomó algunas referencias de las teorías vinculadas a la calidad de servicio y satisfacción del usuario, lo cual se detalla de la siguiente manera.

La calidad de servicio y el valor percibido son esenciales para la prestación exitosa de la atención ya que el aspecto físico, la disponibilidad tienen un efecto significativo y positivo en el valor percibido por el cliente, es así que las farmacias pueden mejorar la satisfacción y la lealtad si consideran la perspectiva del cliente y se enfocan en los elementos de servicio relevantes (Guhl et al., 2019).

Según la Organización Mundial de la salud (OMS, 2020) la calidad es una medida del servicio de salud hacia las personas y a un conjunto de población aumentan los índices de obtener un resultado sanitario ansiado y que se adecuan

al intelecto profesional. Además hace referencia que la calidad de atención debe abarcar la, “promoción, prevención, tratamiento y rehabilitación”, lo cual abarca a que la calidad puede medirse y mejorar incesantemente mediante datos probatorios en la cual se tenga en cuenta las necesidades de los pacientes, familias y comunidad.

Para la Organización Panamericana de la salud (OPS, 2021) “la calidad de atención en salud” debe enfocarse en el individuo, su familia y su comunidad, garantizando un nivel alto de seguridad, efectivo, oportuno, eficiente y debe ser accesible ya que si se mejora la calidad de atención fortalece el sistema sanitario.

Deming (1988), la calidad se define en mejorar los servicios en la cual se interpreta que cuanto mayor sea la calidad habrá menor costo y se obtendrá más productividad.

Ishikawa (1996), Él definió la calidad como un conjunto de procesos que dará como resultado el beneficio del consumidor ya que un producto con calidad también cumpla con ser accesible en su costo debiendo cumplir y satisfacer al consumidor.

Pulgadas (2016), en su estudio dice que necesitamos estándares específicos de calidad en farmacias lo cual deben ser relevantes y realistas lo cual debe reflejar las pautas clínicas y legales para garantizar el manejo eficaz y seguro de las dolencias menores.

El seguimiento continuo de los servicios de salud para la evaluación de la calidad es muy importante, por lo que la evaluación de los pacientes percepciones de la calidad de la atención de la salud, ha recibido una atención significativa en los últimos años. En el pasado, la calidad y el proceso de evaluación eran sin tener en cuenta las opiniones y comentarios de los pacientes. Sin embargo, hoy la se enfatiza la importancia de las opiniones de los pacientes en la evaluación de la calidad de los servicios y la simple dependencia de la atención clínica (Lambrini et al., 2021).

La calidad de servicio es distinguida como una desemejanza entre la aspiración de los clientes acerca del servicio y la impresión del servicio obtenido,

esto será una comparación entre sus perspectiva de los usuarios (Parasuraman et al., 1985).

Tiene cinco dimensiones de calidad de servicio mediante modelo SERVQUAL:

(a) Fiabilidad: Es la habilidad de solucionar los problemas, ofreciendo un correcto servicio informando al usuario en el tiempo adecuado; (b) Capacidad de respuesta: Es ofrecer al cliente un servicio eficiente en el momento oportuno que se requiera; (c) Seguridad: El servidor debe inspirar confianza a sus clientes demostrando amabilidad, competencia, credibilidad y cortesía; (d) Empatía: Se define como una de las más relevantes ya que aquí demuestra mayor interés y atención al cliente en la cual se tiene que trabajar la parte emocional, en cual debe haber una atención individualizada; (e) Elementos tangibles: Aquí se observa la parte física, la infraestructura, al personal todo lo que se puede visualizar y el cliente lo pueda observar.

La satisfacción del usuario, es llamada también la meta de una prestación de salud ya que si no logramos esto espontáneamente en el individuo de la comunidad expresara su disconformidad esto hara que haya un desprestigio en la institución (Malagón et al., 2003).

La satisfacción va siendo entre las prioridades del gobierno ya que si se garantiza una atención de calidad y de forma oportuna es parte de los lineamientos del estado, es mediante esto que se debe dispersar los recursos en diferentes instituciones de forma descentralizada con el fin de llegar a la población, es por ello que se debe recopilar las necesidades de las zonas más aleañas (Ministerio de salud, 2000).

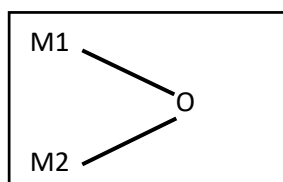
III. Metodología

3.1 Tipo y diseño de investigación.

Es una investigación tipo básica lo cual va a contribuir con conocimientos lo cual ayuda a resolver inquietudes de problemas cotidianos .De diseño no experimental, transversal ya que tiene un tiempo definido, es de nivel descriptiva correlacional ya que se establece una relación en las variables. De enfoque cuantitativo porque se usa recopilación de datos lo cual se recolectan en un tiempo adecuado y se analiza midiendo la relación entre las variables (Hernández et al., 2003).

Este estudio fue de diseño no experimental comparativo de corte transversal.

El diagrama se representa así:



Dónde:

M1 = usuarios de la botica Pharmacy Yumi

M2 = usuarios de la botica Chasqui Pharma

O = Observación de las muestras

3.2 Variables y operacionalización.

Variable: Satisfacción del usuario.

Definición Conceptual: MINSA (2012), definió a la satisfacción del usuario como el nivel del cumplimiento por parte del establecimiento de salud con respecto a las percepciones y expectativas relacionadas a las asistencias que estas ofrecen (p. 14). La satisfacción del usuario será el resultado más valioso seguido de prestar el servicio de alta calidad, puesto que determina en el comportamiento, cabe resaltar que es un eje que evalúa la calidad, es por ello que el nivel de satisfacción es un indicador de la calidad (Guía técnica, RM 527- 2011).

Definición Operacional: Aquí se verá la comparación que hace el usuario después de haber recibido el servicio de acuerdo a esto expresara su satisfacción, se mide

mediante las cinco dimensiones como son: Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad mediante un cuestionario de escala ordinal mediante la técnica de Likert.

3.3 Población, muestra y muestreo.

La Población, de estudio serán los usuarios que asisten diariamente a las Boticas, Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, en este caso ambas tienen un promedio de 25 clientes diarios.

Criterio de Inclusión: Se considera a los clientes como:

- Varones y mujeres que asistieron a la botica por compra de sus productos farmacéuticos u otros productos.
- Que estén dentro de los rangos de edad entre 18 a 65 años
- Quienes autoricen y desean participar del estudio.

Criterio de Exclusión: se considera a los clientes como:

- Menores de edad.
- Personas con problemas mentales.
- Usuarios que no desean participar.

Muestra, se tomara una parte de la población total de clientes que asisten al establecimiento mediante una formula, en este estudio la muestra está definida por 230 usuarios, (para cada botica)

La fórmula para definir la muestra es la siguiente:

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

Donde:

n = Tamaño de muestra

N = Población

$Z =$ Intervalo de confianza 95% ($Z= 1.96$)

$e =$ Error de confianza ($e= 0.05$)

$p =$ proporción de usuarios externos que espera que se encuentren insatisfechos ($p= 0.5$)

$q =$ proporción de usuarios externos que espera que se encuentren satisfechos su valor es $(1 - p)$ y ($p= 0.5$).

Muestreo, en esta investigación se uso el muestreo no probabilístico por conveniencia.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

La técnica en esta investigación fue mediante una encuesta se midió la variable satisfacción del cliente, se usó un cuestionario para recabar los datos, contenido de 10 ítems los cuales se les dio a los usuarios que conforman la muestra. El instrumento de la investigación se realizó mediante un cuestionario del modelo SERVQUAL la cual se medirá la satisfacción del usuario se medirá las cinco dimensiones: fiabilidad (2) ítems, capacidad de respuesta (2) ítems y seguridad (2) ítems, empatía (2) ítems y tangibilidad (2) ítems haciendo un total de 10 ítems. En la escala de medición es de forma ordinal dando un valor de (1) malo, (2) regular, (3) bueno, (4) Muy bueno, (5) Excelente.

Validez: Esta investigación fue validada por tres expertos en los temas de metodología, la cual será comprobada la validez del instrumento (ver anexos)

La confiabilidad, de este estudio se midió el nivel de confianza con una prueba piloto utilizando la fórmula de Alfa de Cronbach (Ver en Anexos)

3.5 Procedimientos:

Para la ejecución de la investigación será de acuerdo las normas dispuesto por la universidad Cesar Vallejo ,luego se solicitara el permiso al dueño del establecimiento farmacéutico haciendo mención la investigación a realizar, determinada la muestra se procede con las encuestas a los usuarios que están dentro del criterio de inclusión.

3.6 Método de análisis de datos:

Luego de recabar los datos de la muestra se procedió analizar la información ingresando los datos a Excel y el SPSS 26, donde se procesa todo lo obtenido de la encuesta.

3.7 Aspectos Éticos:

Para obtener los datos se realizó mediante una encuesta tomando en consideración el respeto y consentimiento de los clientes que consumen en el establecimiento asegurándonos de que esta información será de manera confidencial.

IV. Resultados

4.1 Resultados descriptivos

4.1.1. Variable satisfacción del usuario externo

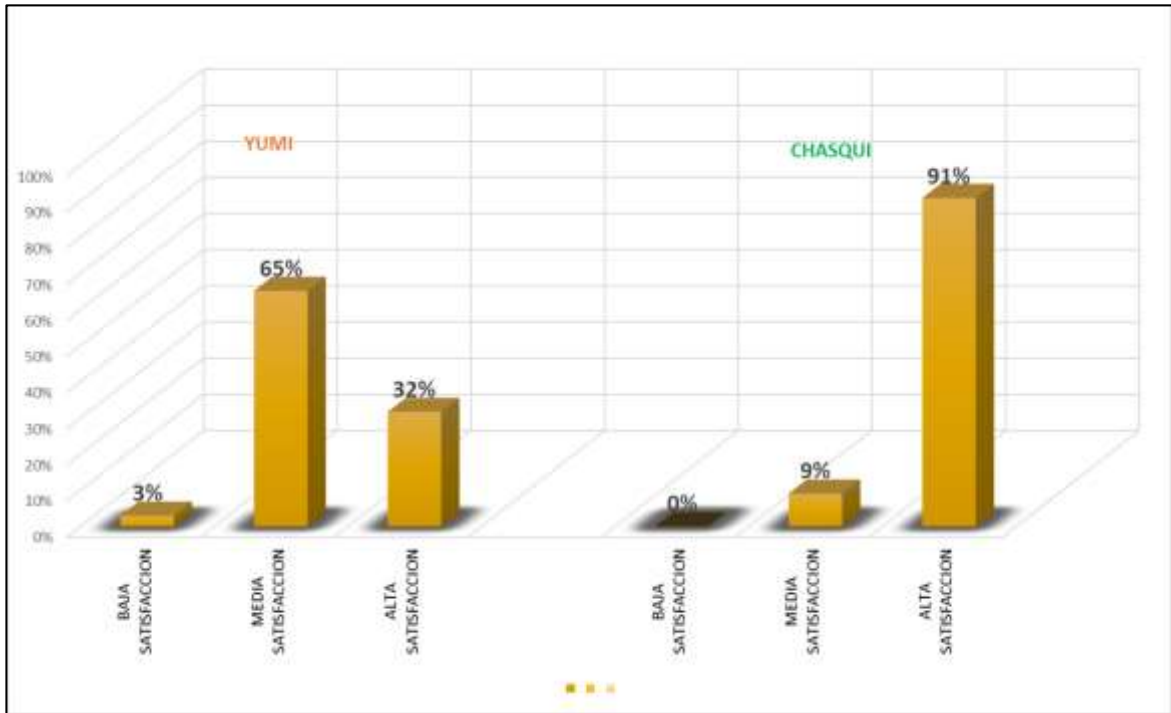
Tabla 1

Niveles de satisfacción de los usuarios de las boticas Yumi y Chasqui.

Botica Yumi	Botica Chasqui			
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
BAJA SATISFACCION	7	3.0	0	0
MEDIA SATISFACCION	150	65.2	21	9,1
ALTA SATISFACCION	73	31.7	209	90.9
Total	230	100.0	230	100.0

Figura 1

Porcentajes de satisfacción de los usuarios de las Boticas Yumi y Chasqui.



Se demuestra en la tabla 1 y figura 1, la satisfacción de los usuarios en la botica Yumi es del 65% (150 usuarios) con mediana satisfacción y la botica Chasqui alcanzo un 91% (209 usuarios) con alta satisfacción

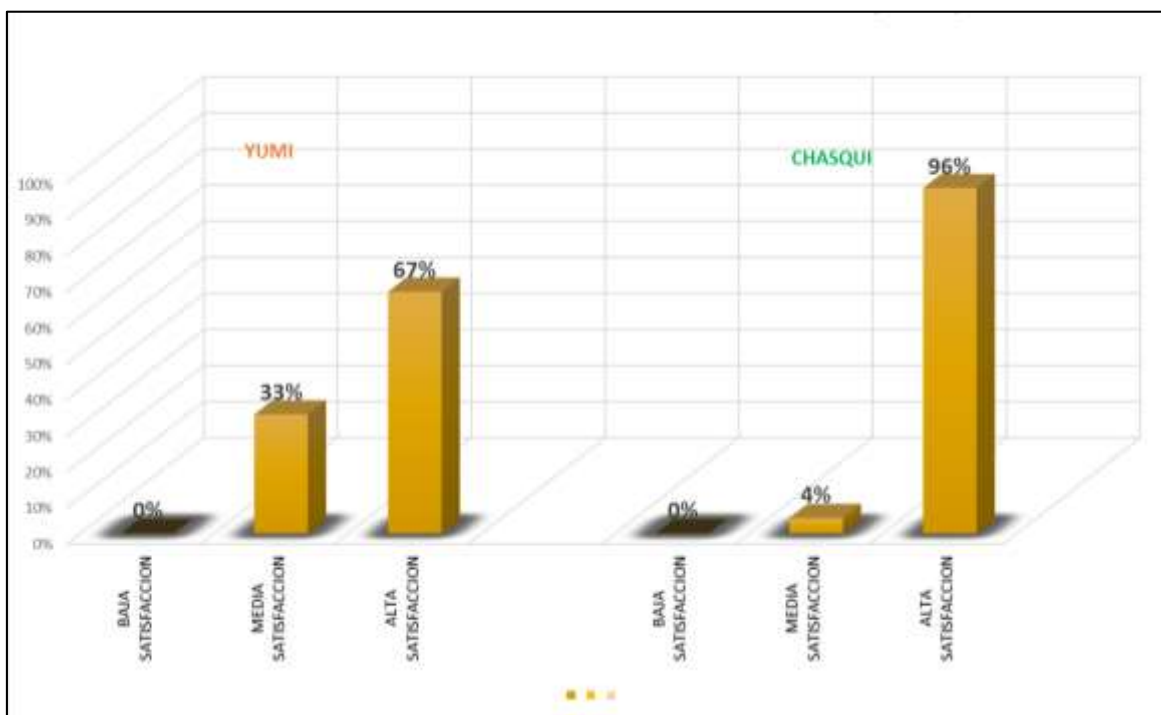
Tabla 2

Niveles de la dimensión fiabilidad de la satisfacción de los usuarios de las boticas Yumi y Chasqui.

	Botica Yumi		Botica Chasqui	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
MEDIA SATISFACCION	76	33.0	10	4.3
ALTA SATISFACCION	154	67.0	220	95.7
Total	230	100.0	230	100.0

Figura 2

Porcentajes de la dimensión fiabilidad de los usuarios de la botica Yumi y Chasqui.



Se demuestra en la tabla 2 y figura 2, la dimensión fiabilidad en la botica Yumi es del 67% (154 usuarios) con alta satisfacción y la botica Chasqui alcanzo un 96%(220 usuarios) con alta satisfacción.

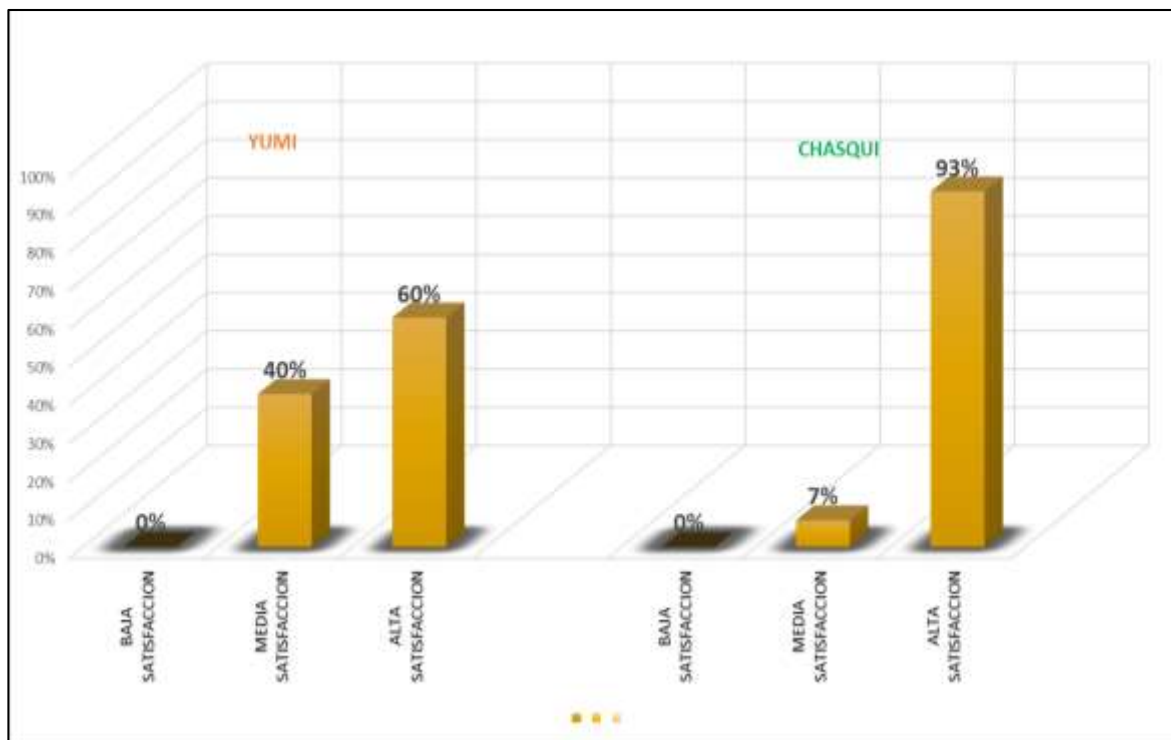
Tabla 3

Niveles de la dimensión capacidad de respuesta de la satisfacción de los usuarios de las boticas Yumi y Chasqui.

	Botica Yumi		Botica Chasqui	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
MEDIA SATISFACCIÓN	92	40,0	16	7.0
ALTA SATISFACCIÓN	138	60,0	214	93.0
Total	230	100,0	230	100.0

Figura 3

Porcentajes de la dimensión capacidad de respuesta de los usuarios de la botica Yumi y Chasqui.



Se demuestra en la tabla 3 y figura 3, en la dimensión capacidad de respuesta en la botica Yumi es del 60% (138 usuarios) con alta satisfacción y en la botica Chasqui alcanzo el 93 % con alta satisfacción

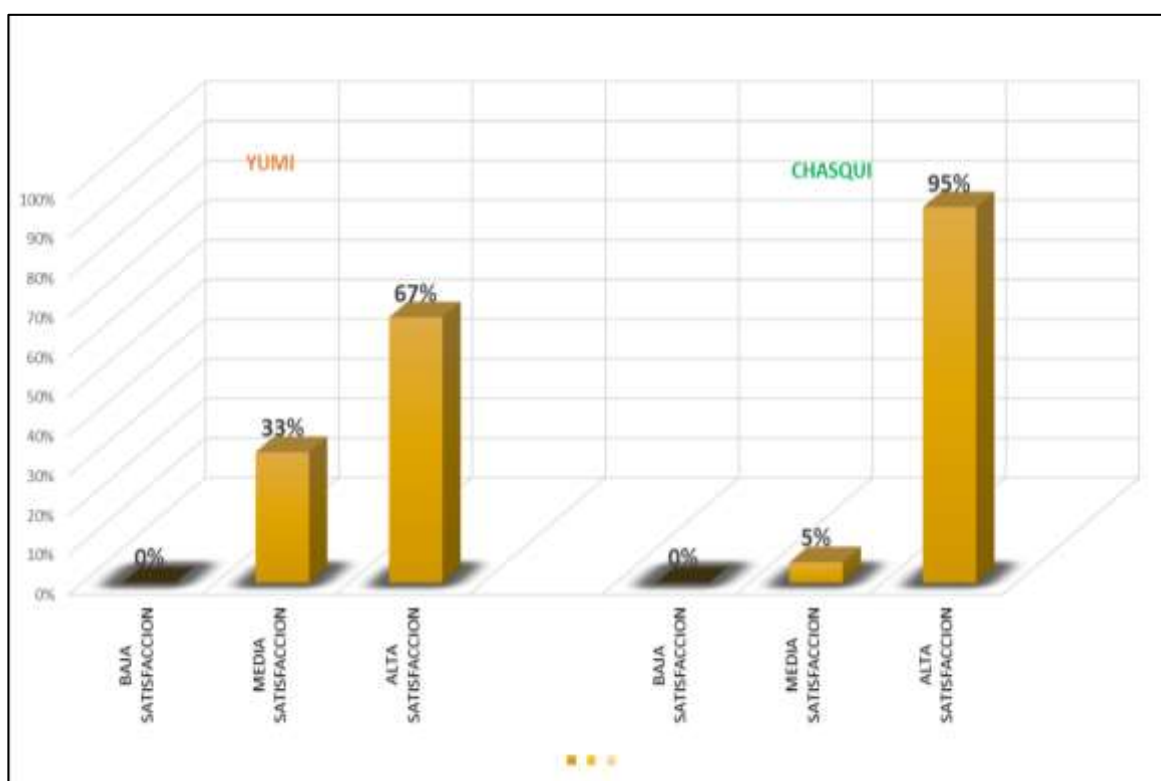
Tabla 4

Niveles de la dimensión seguridad de la satisfacción de los usuarios de las boticas Yumi y Chasqui.

	Botica Yumi		Botica Chasqui	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
MEDIA SATISFACCION		33.0	12	5.2
ALTA SATISFACCION	154	67.0	218	94.8
Total	230	100,0	230	100.0

Figura 4

Porcentajes de la dimensión seguridad de los usuarios de la botica Yumi y Chasqui.



Se demuestra en la tabla 4 y en la figura 4, en la dimensión seguridad en la botica Yumi es del 67% (154 usuarios) con alta satisfacción y en la botica Chasqui alcanzo el 95% (218 usuarios) con alta satisfacción.

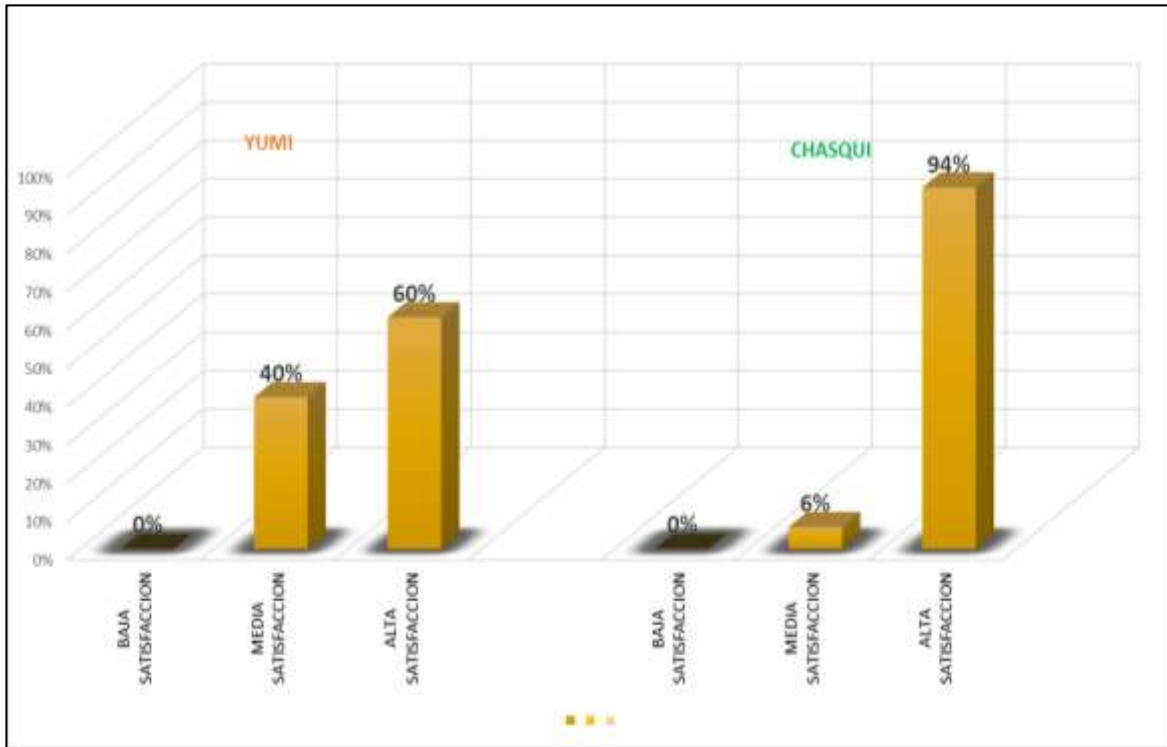
Tabla 5

Niveles de la dimensión empatía de la satisfacción de los usuarios de las boticas Yumi y Chasqui.

	Botica Yumi		Botica Chasqui	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
MEDIA SATISFACCION	91	39.6	13	5.7
ALTA SATISFACCION	139	60.4	217	94.3
Total	230	100.0	230	100.0

Figura 5

Porcentajes de la dimensión empatía de los usuarios de la botica Yumi y Chasqui.



Se demuestra en la tabla 5 y en la figura 5, en la dimensión empatía en la botica Yumi es del 60% (139 usuarios) con alta satisfacción y en la botica Chasqui alcanzo el 94 % (217 usuarios) con alta satisfacción.

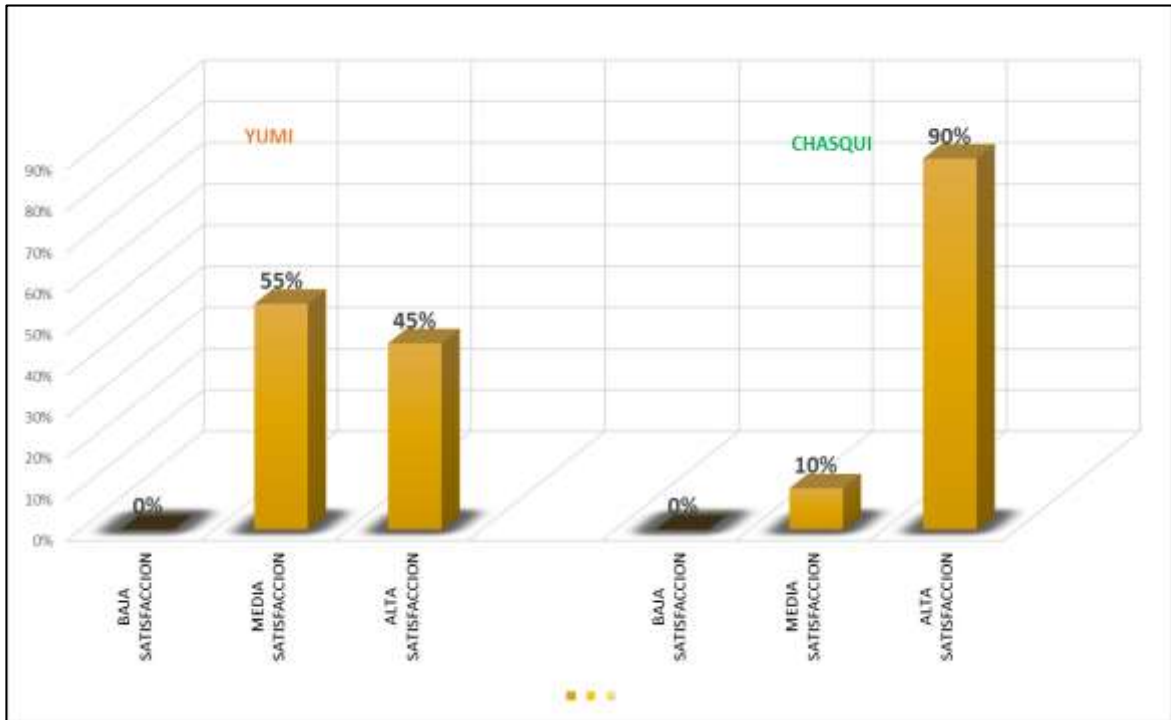
Tabla 6

Niveles de la dimensión tangibilidad de la satisfacción de los usuarios de las boticas Yumi y Chasqui

	Botica Yumi		Botica Chasqui	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
MEDIA SATISFACCIÓN	126	54.8	23	10.0
ALTA SATISFACCIÓN	104	45.2	207	90.0
Total	230	100.0	230	100.0

Figura 6

Porcentajes de la dimensión tangibilidad de los usuarios de la botica Yumi y Chasqui.



Se demuestra en la tabla 6 y en la figura 6, de la dimensión empatía en la botica Yumi es del 55% (126 usuarios) con media satisfacción y en la botica Chasqui alcanzo el 90 % (207 usuarios) con alta satisfacción

4.2 Contrastación de hipótesis

Para hacer la contratación de la hipótesis se usó la prueba estadística no paramétrica: El Test U de Mann-Whitney la cual se aplica a dos muestras independientes.

Prueba de hipótesis general:

Ha: Existen diferencias significativas entre la satisfacción percibida por los usuarios de la botica Pharmacity Yumi y Chasqui Pharma, Lima – 2022

Ho: No existe diferencias significativas entre la satisfacción percibida por los usuarios de la botica Pharmacity Yumi y Chasqui Pharma, Lima – 2022

La regla a decidir es: Si $p > \alpha = 0.05$ no rechazo la hipótesis nula

Si $p < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula

Tabla 7

Contrastación de hipótesis general.

Rangos

botica	N	Rango promedio	Suma de rangos	U de Mann-Whitney W de Wilcoxon
BOTICA YUMI	230	142.63	32806.00	U = 6241.000
BOTICA CHASQUI	230	318.37	73224.00	W = 32806.000 Z = -14,220
Total	460			$p = .000$

En la tabla 7, se observa los resultados para contrastar la hipótesis general, en la que se confirma que el $p=.000 < 0.05$ por la cual se descarta la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general, existen diferencias altamente significativas en la satisfacción de los usuario de las boticas Yumi y Chasqui, por otro lado la botica Yumi obtuvo un rango promedio = 142.63 y la botica Chasqui obtuvo un rango promedio = 318.37 por lo que se muestra con mayor nivel de satisfacción en la botica Chasqui.

Hipótesis específica 1:

Ha: Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión fiabilidad percibida por los usuarios de la botica Pharmacity Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022

Ho: No Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión fiabilidad percibida por los usuarios de la botica Pharmacity Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022

Tabla 8*Contrastación de hipótesis específica fiabilidad.*

Rangos

botica	N	Rango promedio	Suma de rangos	U de Mann-Whitney W de Wilcoxon
BOTICA YUMI	230	165.36	38032.00	U = 10976.500
BOTICA CHASQUI	230	295.64	67998.00	W = 37541.500 Z = -11.253
Total	460			p = .000

En la tabla 8, se muestra los resultados de contrastación de la hipótesis específica fiabilidad la cual se confirma que el $p = .000 < 0.05$ por la cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica que existe diferencias altamente significativas en esta dimensión fiabilidad de las boticas Yumi y Chasqui, por otro lado la botica Yumi obtuvo un rango promedio = 165.36 y la botica Chasqui obtuvo un rango promedio = 295.64 por lo que se muestra con mayor grado en esta dimensión la botica Chasqui.

Hipótesis específica 2:

Ha: Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión capacidad de respuesta percibida por los usuarios de la botica Pharmacity Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022

Ho: No Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión capacidad de respuesta percibida por los usuarios de la botica Pharmacity Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022

Tabla 9*Contrastación de hipótesis específica capacidad de respuesta.*

Rangos

botica	N	Rango promedio	Suma de rangos	U de Mann-Whitney W de Wilcoxon
BOTICA YUMI	230	163.16	37527.50	U = 10962.500
BOTICA CHASQUI	230	297.84	68502.50	W = 37527.500 Z = -11.376
Total	460			p = .000

En la tabla 9, se muestra los resultados de contrastación de la hipótesis específica capacidad de respuesta, la cual se muestra que el $p = .000 < 0.05$ por la cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica que existen diferencias significativas en esta dimensión capacidad de respuesta de las boticas Yumi y Chasqui, por otro lado la botica Yumi obtuvo un rango promedio = 163.16 y la botica Chasqui obtuvo un rango promedio = 297.84 por lo que se muestra con mayor nivel en esta dimensión la botica Chasqui.

Hipótesis específica 3:

Ha: Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión seguridad percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022

Ho: No Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión seguridad percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022

Tabla 10*Contrastación de hipótesis específica seguridad.*

Rangos

botica	N	Rango promedio	Suma de rangos	U de Mann-Whitney W de Wilcoxon
BOTICA YUMI	230	153.30	35259.00	U = 8694,000
BOTICA CHASQUI	230	307.70	70771.00	W = 35259,000 Z = -13.028
Total	460			p = .000

En la tabla 10, se muestra los resultados de contrastación de hipótesis específica seguridad con lo cual se confirma que el $p = .000 < 0.05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica que existe diferencias altamente significativas en esta dimensión seguridad de las botica Yumi y Chasqui, por otro lado la botica Yumi obtuvo un rango promedio = 153.30 y la botica Chasqui obtuvo un rango promedio = 307.70 por lo que se muestra con mayor nivel en esta dimensión la botica Chasqui.

Hipótesis específica 4:

Ha: Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión empatía percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022

Ho: No Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión empatía percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022

Tabla 11*Contrastación de hipótesis específica empatía.**Rangos*

botica	N	Rango promedio	Suma de rangos	U de Mann-Whitney W de Wilcoxon
BOTICA YUMI	230	156.25	35937.50	U = 9372.500
BOTICA CHASQUI	230	304.75	70092.50	W = 35937.500 Z = -12.372
Total	460			p = .000

En la tabla 11 se muestra los resultados de contrastación de la hipótesis específica empatía en la cual se confirma que el $p = .000 < 0.05$ por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica que existe diferencias altamente significativas en esta dimensión empatía de las boticas Yumi y Chasqui, por otro lado la botica Yumi obtuvo un rango promedio = 156.25 y la botica Chasqui obtuvo un rango promedio = 304.75 por lo que se muestra con mayor nivel en esta dimensión la botica Chasqui.

Hipótesis específica 5:

Ha: Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión aspectos tangibles percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022

Ho: No Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión aspectos tangibles percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022

Tabla 12*Contrastación de hipótesis específica aspectos tangibles.**Rangos*

botica	N	Rango promedio	Suma de rangos	U de Mann-Whitney W de Wilcoxon
BOTICA YUMI	230	163.22	37541,50	U = 10976.500
BOTICA CHASQUI	230	297.78	68488,50	W = 37541.500 Z = -11.253
Total	460			p = .000

En la tabla 12, se confirma los resultados de contrastación de la hipótesis específica aspectos tangibles en la cual se muestra que el $p = .000 < 0.05$ por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica que existe diferencias significativas en esta dimensión aspectos tangibles de las boticas Yumi y Chasqui, por otro lado la botica Yumi obtuvo un rango promedio = 163.22 y la botica Chasqui obtuvo un rango promedio = 297.78 por lo que se muestra con mayor nivel en esta dimensión la botica Chasqui.

V. Discusión

Este estudio tuvo como propósito determinar las diferencias existentes entre las boticas Yumi y Chasqui Lima 2022, mediante la medición de la variable satisfacción y sus cinco dimensiones. Los usuarios consumidores de ambas boticas presentaron conocimientos claros de las características que han logrado percibir de las boticas permite que sean proporcionado y de competencia lo cual será una prestación que este al nivel para obtener la satisfacción de los clientes que consumen en dichos establecimientos, la mayoría de los clientes acuden para solicitar un servicio u orientación en el tratamiento de sus enfermedades, por parte del personal a cargo de las boticas.

Con respecto a la hipótesis general, se obtuvo un resultado en la cual el $p < 0.05$, por tanto de determino que existe diferencias significativas en el grado de

satisfacción entre los usuarios de la botica Yumi y la botica Chasqui, obteniéndose así un resultado en la botica Yumi de 65.2% de media satisfacción y en la botica Chasqui de 90.9 de alta satisfacción, el cual se corroboró mediante la prueba de U de Mann - Whitney en la cual establece que existe diferencias significativas entre ambos establecimientos motivo por el cual y debido al promedio obtenido en el grado de satisfacción se concluye que en la botica Yumi se obtuvo una satisfacción media debido a la diferencia del personal que atiende, por lo contrario en la botica Chasqui se obtuvo alta satisfacción ya que está a cargo de dos farmacéuticos especializados, de según Molla et al. (2022) en su trabajo de investigación de evaluar la satisfacción del paciente en los servicio de farmacia determina que el 50.9% se encontró satisfecho con el servicio farmacéutico, esto coincide con el alto nivel de satisfacción obtenido en la botica Chasqui ya que la atención está dirigida exclusivamente por dos farmacéuticos. También se coincide con Duque (2020) en su estudio de analizar la percepción de información de los medicamentos ofrecidos, concluyo que el 64.8 % se mostró satisfecho con la orientación sobre el uso de los fármacos, es así que también se coincide con la satisfacción del servicio recibido por parte del personal de la farmacia. En la teoría de Guhl et al., (2019) que indicaron que la calidad del servicio y el valor percibido son parte esencial para una prestación exitosa en la atención al cliente a la vez indica que el personal a cargo pueden mejorar de forma positiva la lealtad y la satisfacción del cliente si se enfocan en los elementos más relevantes, se obtendrá resultados más satisfactorios en ambas partes personal y usuarios. A la vez se debe tomar en cuenta lo señalado por el (Ministerio de salud, 2000) quienes indicaron que la satisfacción va siendo entre las prioridades del gobierno en la cual se garantice una atención con calidad y de manera oportuna lo cual es parte de los lineamientos del estado, a la vez señala que se debe recopilar las necesidades de las partes más aledañas, es todo esto que se tomó en cuenta en esta investigación.

En relación a la primera hipótesis se obtuvo un resultado que indica un valor de $p < 0.05$, por lo que se afirma que existe diferencias significativas entre el grado de satisfacción en su dimensión fiabilidad adquirida por los usuarios de la botica Yumi y la botica Chasqui, obteniéndose así un resultado en la botica Yumi de 67%

de alta satisfacción y en la botica Chasqui un 95.7% de alta satisfacción, según Casali et al. (2017) En su investigación que fue de evaluar la accesibilidad y el grado de satisfacción de usuarios de una farmacia, concluyo que hay una alta satisfacción con los servicios ofrecidos sin embargo hay una ineficiencia que garantice una atención farmacéutica para la solución de sus problemas, según Molla et al. (2022) en su investigación de evaluar la satisfacción del paciente con los servicios farmacéuticos, también concluyo de que el 0.12 % mostro insatisfacción con el servicio recibido, esto coincide con la investigación realizada donde se obtuvo poca fiabilidad en la botica Yumi, sin embargo se obtuvo un alto porcentaje en la botica Chasqui, demostrando así una alta satisfacción por parte del consumidor, para la OMS (2022), nos dice que la calidad puede medirse y mejorar incesantemente mediante datos probatorios. Además teniendo en cuenta la teoría de Parasuman et al. (1985) quienes señalaron que la fiabilidad es una de las habilidades de solucionar los problemas en tiempo adecuado, es en base a todo lo mencionado que se tomó en cuenta en esta investigación.

En relación a la segunda hipótesis se obtuvo un resultado que indica un valor de $p < 0.05$, por lo que se determina que existen diferencias significativas entre el grado de satisfacción en su dimensión capacidad de respuesta adquirida, obteniéndose así un resultado en la botica Yumi de 60% de alta satisfacción y en la botica Chasqui un 93% de alta satisfacción, según Surur et al. (2015) En su investigación en la que evaluó la satisfacción del cliente concluyo que los clientes atendidos de forma gratuita fueron los más satisfechos sin embargo los clientes los clientes que pagaron obtuvieron una satisfacción baja, esto indica que la capacidad de respuesta de personal de farmacia no fue lo suficientemente adecuado para satisfacer las necesidades del usuario. También se coincide con Molla et al. (2022) que tuvo como objetivo evaluar la satisfacción del paciente con los servicios farmacéuticos y factores asociados en hospitales públicos, donde obtiene como parte de sus resultados la alta capacidad de respuesta por parte del personal farmacéutico que atienden en el establecimiento demostrando la alta satisfacción por parte de los usuarios. También se tomó en cuenta la teoría de Parasuman et al. (1985) que indicaron que la capacidad de respuesta es ofrecer al cliente un servicio

de forma eficiente y en el momento oportuno que se requiera, esto es un claro ejemplo que se encontró en esta investigación al demostrar una alta satisfacción por parte del usuario en la botica Chasqui, no obstante este aspecto se debe trabajar más en la botica Yumi para así cumplir con el objetivo de satisfacción al cliente.

Con respecto a la tercera hipótesis los resultados nos indica que el valor de $p < 0.05$, en tanto se concluye que existen diferencias significativas en el grado de satisfacción en su dimensión seguridad, obteniéndose así un resultado en la botica Yumi de 67 % de alta satisfacción y en la botica Chasqui un 94.8% de alta satisfacción, según Rodríguez y Ángela (2021) en su tesis determino que hay una baja satisfacción en cuanto a la dimensión seguridad , es así que se coincide en su propuesta de aplicar estrategias de compromiso que reviertan esto , en el caso de la botica Yumi quien obtuvo menor porcentaje que la botica Chasqui. También en esta dimensión se coincidió con Molla et al. (2022) el cual tuvo como objetivo, evaluar la satisfacción del paciente con los servicios farmacéuticos ya que obtuvo un 50.9% de satisfacción con el servicio farmacéutico esto incluye que el personal que atiende al usuario demostró o inspiró una alta seguridad ante ellos obteniéndose así una respuesta de forma favorable. Así también la (OPS, 2021), considera que la calidad de atención en salud debe garantizarse un alto nivel de seguridad, en lo cual se coincide ampliamente con este concepto ya que si se capta esa seguridad en los usuarios consumidores podemos tener resultados más satisfactorios. Además teniendo en cuenta la teoría de Parasuman et al. (1985) donde tuvieron como concepto que el servidor debe inspirar confianza a sus clientes demostrando competencia y credibilidad es así con estas bases que se logra la satisfacción del usuario.

Con respecto a la cuarta hipótesis los resultados obtenidos nos indica que el valor $p < 0.05$, lo cual se concluye que existe diferencias significativas en el grado de satisfacción en su dimensión empatía, obteniéndose así un resultado en la botica Yumi de 60.4% de alta satisfacción y en la botica Chasqui un 94.3% de alta

satisfacción, según Duque (2020) en su estudio analizó la percepción de información de los medicamentos ofrecidos en los establecimientos farmacéuticos en lo cual obtuvieron como resultado que el 64.8% están satisfechos esto nos demuestra que hay una alta empatía por parte de personal farmacéutico hacia los usuarios, sin embargo esta dimensión se debe mejorar en la botica Yumi. Así también podemos coincidir con Surur et al. (2015) el cual tuvo como propósito evaluar la satisfacción del cliente con los servicios de farmacia ambulatoria en un Hospital Universitario, en lo cual como parte de sus resultados demostró que hubo alta empatía entre usuarios y personal que los atendió sobre todo en aquellos que fueron atendidos de forma gratuita porque percibieron esa empatía hacia su condición social de ellos lo cual se muestra como una respuesta favorable de satisfacción. Se resaltó la teoría de Parasuman et al. (1985) en que define a la empatía como una de las más relevantes porque en esta dimensión el servidor demuestra el mayor interés que debe tener hacia el cliente ya que ir de forma paralela la parte emocional del individuo al cual se debe hacer sentir que sus problemas serán resueltas de la mejor manera.

Con respecto a la quinta hipótesis los resultados obtenidos nos indica que el valor $p < 0.05$, lo cual se concluye que existen diferencias significativas en el grado de satisfacción en su dimensión aspectos tangibles, obteniéndose así un resultado en la botica Yumi de 54.8% de mediana satisfacción y en la botica Chasqui un 90% de alta satisfacción, según Molla et al. (2022) en su trabajo de investigación uno de sus resultados fue que el área de espera son incómodas por tanto esto muestra la baja satisfacción del usuario con el aspecto tangible del establecimiento, esto es totalmente contrario con el estudio realizado en cuanto a la tangibilidad de la botica Chasqui que cubre las expectativas de sus usuarios. Otro autor como Lambrini et al. (2021) que tuvo como objetivo en su investigación de evaluar el nivel de satisfacción del servicio de farmacia y determinar el perfil socioeconómico de los clientes, obtuvo como uno de sus resultados de mayor satisfacción fue los aspectos de estructurales de la farmacia donde se atendieron, esto es otra de las investigaciones con la que se coincidió en esta dimensión ya que en el estudio realizado se obtuvo una alta satisfacción en la tangibilidad de la botica Chasqui y

una mediana satisfacción en la botica Yumi, también la teoría de Parasuman et al. (1985) el cual señaló que en los elementos tangibles el usuario observa la parte física, la infraestructura y al mismo personal que lo atendió es decir todo lo que se puede observar, es en base a todo lo indicado que se debe tener en cuenta este aspecto para lograr una satisfacción alta entre los usuarios.

VI. Conclusiones

Después de la investigación realizada se analizó los resultados y se concluye lo siguiente

Primera: Se llegó a la conclusión que hay diferencias significativas en los niveles de satisfacción percibida por los usuarios de la botica Yumi y la botica Chasqui, se obtuvo un puntaje de $p = .000 < 0.05$ y el Test de U de Mann – Whitney = 6241.000

Segunda: Mediante las evidencias se confirma las diferencias en la satisfacción percibida por los usuarios en su dimensión fiabilidad es así que en la botica Yumi y la botica Chasqui, se obtuvo un puntaje de $p = .000 < 0.05$ y el coeficiente Test U de Mann – Whitney = 10976.500

Tercera: Se concluye mediante los resultados, que existen una gran diferencia en el nivel de satisfacción en su dimensión capacidad de respuesta percibida por los usuarios de la botica Yumi y la botica Chasqui, se obtuvo un puntaje de $p = .000 < 0.05$ y el coeficiente Test U de Mann – Whitney = 10962.500

Cuarta: De acuerdo a los resultados se concluye que existen diferencias significativas entre el nivel de satisfacción en su dimensión seguridad percibida por los usuarios de la botica Yumi y la botica Chasqui, se

obtuvo un puntaje de $p = .000 < 0.05$ y el coeficiente Test U de Mann Whitney = 8694.000

Quinta: Se concluye de acuerdo a los resultados, que existen diferencias significativas entre el nivel de satisfacción en su dimensión empatía percibida por los usuarios de la botica Yumi y la botica Chasqui, se obtuvo un puntaje de $p = .000 < 0.05$ y el coeficiente Test U de Mann Whitney = 9372.500

Sexta: Se confirma las diferencias significativas entre el nivel de satisfacción en su dimensión aspectos tangibles percibida por los usuarios de la botica Yumi y la botica Chasqui, se obtuvo un puntaje de $p = .000 < 0.05$ y el coeficiente Test U de Mann Whitney = 10976.500

VII. Recomendaciones

Primera: Se plantea a los propietarios de la botica Yumi, implementar acciones de mejoras, para lograr una alta satisfacción de los usuarios, sin embargo se sugiere a la botica Chasqui mantener esa aceptación con sus usuarios y mejorar en algunos aspectos para lograr la excelencia.

Segunda: Se recomienda a los propietarios de la botica Yumi mejorar su dimensión fiabilidad hacia sus usuarios adecuar estrategias positivas en el trato y soluciones oportunas, en tanto a la botica Chasqui se recomienda mantener la fiabilidad con sus usuarios.

Tercera: Se sugiere a los propietarios de la botica Yumi aumentar el número de capacitaciones hacia el personal del establecimiento cumpliendo

con los objetivos propuestos por parte del gestor, fortaleciendo la atención al usuario.

Cuarta: Se recomienda que los responsables de los establecimientos evalúen a sus usuarios frecuentes así podrán conocer de forma permanente el nivel de satisfacción percibida.

Quinta: Se plantea a los responsables de los establecimientos procurar la mejora al trato directo del usuario y utilizar el método adecuado para satisfacer al usuario.

Sexta: Se sugiere al responsable de la botica Yumi mejorar el aspecto físico del establecimiento haciendo mejoras en el diseño del plano en cuanto a la botica Chasqui se recomienda mantener el orden del establecimiento

Referencias

Arias, J., Villasís, A. Y Miranda, G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206.

<https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

Ayala, C., (2020). *Calidad de atención y satisfacción del usuario de la farmacia del Hospital de Huaycán 2020* [tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo].

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/55322>

Barrientos, J. (2018). *Calidad de atención y satisfacción del usuario del servicio de farmacia del Centro de Salud Laura Caller-Los Olivos, 2018* [tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo].

<https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30674>

Fundación Salud por Derecho y la Organización de Consumidores y Usuarios (2020). *El Desabastecimiento Y La Escasez De Medicamentos*. https://www.medicosdelmundo.org/sites/default/files/informe_desabastecimientos_nes.pdf.

Bofil, A., Lopez R., Murguido Y. (2016). Calidad del servicio en la farmacia Reparto Iglesias de Matanzas según percepción de los usuarios. *Revista Medisur*, 14(3), 1-9.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2016000300010

Bustamante, F., & Gálvez, N. (2017). Nivel de Satisfacción del usuario externo que acude al Servicio De Farmacia, de un Hospital del Ministerio de Salud de Cajamarca-Perú. *Revista Científica Institucional Tzhoencoen*, 9(1) ,1-5.

<https://doi.org/10.26495/rtzh179.120701>

Casali, A., Schneider, A., Barden, J., Codinotti, M., Uecker, M., & de Fátima, C. (2017). AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO DOS USUÁRIOS DAS FARMÁCIAS DO SISTEMA PÚBLICO DE SAÚDE. *Revista Brasileira*, 30(3), 1–8.

<https://doi.org/10.5020/18061230.2017.6193>

Chen, Y., Fu F. (2015). The behavioral consequences of service quality: an empirical study in the Chinese retail pharmacy industry. *National Library of Medicine*, 32(1), 14-30.

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/25751316/>

Chikaodili, N. Ihudiebube, E. & Paulina, C. Chikeme. (2020). *A Descriptive Cross-Sectional Study: Practical and Feasible Design in Investigating Health Care-Seeking Behaviors of Undergraduates*. Medicine and Heal.

<https://dx.doi.org/10.4135/9781529742862>.

Deming, W. (1998). *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis*. Sello editorial Díaz de Santos. Madrid.
<https://books.google.com.pe/books?id=d9WL4BMVHi8C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Douglas, S. (2020). Todo lo que necesitas saber sobre la expectativa de los clientes para mejorar las ventas de tu empresa. *Blog de Zendesk*.
<https://www.zendesk.com.mx/blog/expectativa-de-los-clientes/>

Duque, R. (2020). *Expectativas y satisfacción de los usuarios de establecimientos farmacéuticos minoristas, de la Localidad Antonio Nariño, en los barrios Policarpa Salvarrieta y Santander, en la ciudad de Bogotá*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia].

<https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/78820>

Dussart, C. Dussart, S. Almeras, D. Camal, I. y Grelaud, G. (2019). Assessing user satisfaction and hospital pharmacy practice: application to an individualized dispensing system in a French military teaching hospital. *National Library of Medicine*, 15(2), 252-256. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/19335481/>

2, 400 farmacias y boticas se comprometen a mejorar sus relaciones con los consumidores. (07 de febrero del 2021). *El Peruano*.
<https://elperuano.pe/noticia/114866-2400-farmacias-y-boticas-se-comprometen-a-mejorar-sus-relaciones-con-los-consumidores>.

Los diferentes conceptos de calidad en salud. (11 de mayo del 2016). *Conexión Esan*.

<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/los-diferentes-conceptos-de-calidad-en-salud>

Fariño, E., Vera, E., Alicia, G., Velasco, P., Llimaico, M., & Saldarriaga, G. (2021). Satisfacción de usuarios y calidad de atención en unidades primarias de Salud de Milagro. *Revista Ecuatoriana De Ciencia Tecnología E Innovación En Salud Pública*, 2(2).
<https://www.inspilib.gob.ec/index.php/inspi/article/view/97>

Forrellat, M. (2016). Calidad en los servicios de salud: Un reto ineludible. *Revista Cubana de Hematología, Inmunología y Hemoterapia*, 30(2), 179-183.
<http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S086402892014000200011&script=sc>

Gomes, A., Paramio, A. Cruces, S. y Marín, P. (2022). Impacto de las medidas de prevención de la COVID-19 en la calidad de los servicios de salud, el valor percibido y la satisfacción de los usuarios. *ResearchGate*, 54(2).
<https://doi.org/10.1016/j.aprim.2021.102178>.

Gonzales, P., Kelly, D. (2020). *Calidad de atención y satisfacción de usuario en el servicio de farmacia del Hospital II- E Banda de Shilcayo – 2020* [tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/85528/Santillan_GC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Guhl, D., Blankart, E., Stargardt, T. (2019). Service quality and perceived customer value in community pharmacies. *National Library of Medicine*, 32(1), 36-48.
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29614888/>

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, L. (2003). *Metodología de la Investigación. México*. McGraw-Hill (6^{ta} ed.).
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Ishikawa, K. (1996). *¿Qué es el control de la calidad? La modalidad japonesa*. Editorial norma.

https://www.google.com/search?q=calidad+segun+ishikawa&source=lnms&tbn=bks&sa=X&ved=2ahUKEwjn2paXwbD3AhWCirkGHY5IAAnYQ_AUoAHoECAEQCg&biw=786&bih=377&dpr=1

La Contraloría General de la República. (28 de Mayo al 1 de junio de 2018). *Por una Salud de Calidad*.

https://doc.contraloria.gob.pe/documentos/operativos/OPERATIVO_POR_UNA_SALUD_DE_CALIDAD.pdf.

Lambrini, K., Christos, II., Christos, S., Theodoula, A., Petros, O., y Christos K. (2021). Quality of health services. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 12(01) ,498–502. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2021.12.1.0555>

López, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social cuantitativa*. Universidad Autónoma de Barcelona. https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163564/metinvsocua_a2016_cap1-2.pdf

Malagón, G., Galán, R., Pontón, G. (2003). *Auditoría en Salud. Para una gestión eficiente*. Editorial Médica Panamericana. https://books.google.com.pe/books?id=vJQKu8PU-sgC&dq=concepto+de+satisfaccion+del+usuario+en+salud&hl=es&source=gbs_navlinks_s

Ministerio de Salud (2012). *Guía Técnica para la Evaluación de la Satisfacción del Usuario Externo en los Establecimientos y Servicios Médicos de Apoyo*. <http://bvs.minsa.gob.pe/local/minsa/2252.pdf>

Ministerio de Salud del Perú (2000). *Proyecto 2000: Un proyecto de innovaciones en salud. Reporte técnico final del equipo de asistencia técnica: 1 de Febrero de 1995 - 31 de octubre de 2002*. <https://www.gob.pe/institucion/minsa/informes-publicaciones/322690-proyecto-2000-un-proyecto-de-innovaciones-en-salud-reporte-tecnico-final-del-equipo-de-asistencia-tecnica-1-de-febrero-de-1995-31-de-octubre-de-2002>

- Molla, M., Sisay, W., Andargie, Y., Kefale, B. y Singh, P. (2022). Patients' satisfaction with outpatient pharmacy services and associated factors in Debre Tabor comprehensive specialized hospital, Northwest Ethiopia. *National Library of Medicine*, 11(15), 219
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26062912/>
- Oliveira, K., Otávio, A., Márcio, H., Lenz, D. Endringer, T., Uggere, A. (2016). Level of satisfaction of clients of public pharmacies dispensing high-cost drugs in Espírito Santo. *Scielo*, 52(01).
<https://www.scielo.br/j/bjps/a/SN5W5QKhXw47S5PnBq7WH3B/?lang=e>
- Organización Mundial de la Salud [OMS] (2020, 11 de agosto). *Servicios Sanitarios de calidad*.
<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/quality-health-services>
- Organización Panamericana de la salud [OPS] (2021, 17 de setiembre). *Mejorar la calidad de la atención en la prestación de servicios de salud*.
<https://www.campusvirtualsp.org/es/webinar/mejorar-la-calidad-de-la-atencion-en-la-prestacion-de-servicios-de-salud>
- Parasuraman, A., Zeithaml, A., Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
<https://doi.org/10.2307/1251430>
- Paredes, C. (2020). Calidad De Atención Y Satisfacción Del Usuario Externo del Centro De Salud de Zona Rural Peruana. *Revista Científica De Enfermería*, 9(1), 2-14. <https://revista.cep.org.pe/index.php/RECIEN/article/view/2>
- Pulgadas, J., Porteous, T., Maskrey, J., Blyth, A., Rebabas, J., Cleland D., Wright, R., Holanda, Ch., Bond, M., Watson, C., (2016). It's not what you do it's the way that it's measured: quality assessment of minor ailment management in community pharmacies. . *National Library of Medicine*, 25(24), 253-262.
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/27677423/>

Quispe, M. (2021). *Calidad de atención y satisfacción del usuario del servicio de farmacia del Hospital las Mercedes de Paita, 2021* [tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/77104>

Rodríguez, B., Ángela, A (2021). *Evaluación de la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios de la farmacia institucional del Hospital Teófilo Dávila de la ciudad de Machala*. [Tesis de maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil].

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/15918>.

ANEXOS

ANEXO 1

PRUEBA DE FIABILIDAD

Resultado1 FIABILIDAD.sps (Documento1) - IBM SPSS Statistics Viewer

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventanas Ayuda

Output
Log
Reliability
Title
Notes
Active Dataset
Scale: ALL VARIABLES
Title
Case Process
Reliability Statistics
Log

```
NEW FILE.  
DATASET NAME ConjuntoDatos1 WINDOW=FRONT.  
RELIABILITY  
  /VARIABLES=F1 F2 F3 F4 F5 F6 F7 F8 F9 F10  
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
  /MODEL=ALPHA.
```

Reliability

[ConjuntoDatos1]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded ^a	0	0
	Total	20	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.962	10

Activar Windows
Ir a Configuración de PC para activar Windows.

IBM SPSS Statistics Processor está lista | Unico de ON | 09:29 a.m. | 12/01/2022

ANEXO 2

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Satisfacción de los usuarios de los Boticas Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES				
<p>Problema general ¿Qué diferencia existe en la satisfacción percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma Lima - 2022?</p> <p>Problemas específicos ¿Qué diferencia existen en la satisfacción percibida por los usuarios en su dimensión fiabilidad de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022? ¿Qué diferencia existen en la satisfacción percibida por los usuarios en su dimensión capacidad de respuesta de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022? ¿Qué diferencia existen en la satisfacción percibida por los usuarios en su dimensión seguridad de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022?</p>	<p>Objetivo general Comparar la satisfacción percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022.</p> <p>Objetivos específicos Comparar la satisfacción en su dimensión fiabilidad percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022. Comparar la satisfacción en su dimensión capacidad de respuesta percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022. Comparar la satisfacción en su dimensión seguridad percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022. Comparar la satisfacción en su dimensión empatía percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y</p>	<p>Hipótesis general Existen diferencias significativas entre la satisfacción percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma Lima - 2022.</p> <p>Hipótesis específicos Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión fiabilidad percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022. Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión capacidad de respuesta percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022. Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión seguridad percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima</p>		VARIABLE: Satisfacción del usuario			
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles y rangos
			Fiabilidad	Capacidad de Atención. Orientación al cliente.	1 2	Ordinal Técnica de Likert	1 insatisfecho 2 medio satisfecho 3 satisfecho
			Capacidad de respuesta	Eficiencia. Solución oportuna.	3 4		
			Seguridad	Conocimientos o competencia profesional. Privacidad	5 6		
			Empatía	Escucha y trato Comunicación	7 8		
Aspectos tangibles	Señalización Limpieza y comodidad	9 10					

<p>¿Qué diferencia existen en la satisfacción percibida por los usuarios en su dimensión empatía de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022?</p> <p>¿Qué diferencia existen en la satisfacción percibida por los usuarios en su dimensión elementos tangibles de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022?</p>	<p>Chasqui Pharma, Lima - 2022.</p> <p>Comparar la satisfacción en su dimensión aspectos tangibles percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022.</p>	<p>- 2022. Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión empatía percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022.</p> <p>. Existen diferencias significativas entre la satisfacción en su dimensión aspectos tangibles percibida por los usuarios de la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima - 2022.</p>				
TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	METODO DE ANALISIS			
<p>Paradigma: Positivista Enfoque: Cuantitativo Tipo: Básico Nivel: Descriptivo comparativo Diseño: No experimental, Método: Hipotético-deductivo.</p>	<p>Población: Para este estudio la población serán los usuarios que asistieron a las boticas Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma en un mes 600</p> <p>Muestra: 230 usuarios de la botica Pharmacy Yumi 230 usuarios de la botica Chasqui Pharma</p> <p>Muestreo: No probabilístico por conveniencia</p>	<p>Variable : satisfacción del usuario</p> <p>Técnicas: Encuesta Instrumento: Cuestionario Autor: Adaptador: Br. Arias Arzapalo Jenny Edith Año: Monitoreo: Directa e Indirecta Ámbito de aplicación: Área de ventas de las boticas. Estructura: Está conformada por 10 ítems.</p>	<p>Tipo de investigación es descriptiva transversal, de nivel cuantitativo, diseño no experimental.</p>			

ANEXO 3

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
Satisfacción del usuario	<p>MINSA (2012), define la satisfacción del usuario como el nivel del cumplimiento por parte del establecimiento de salud con respecto a las percepciones y expectativas relacionadas a las asistencias que estas ofrecen (p. 14)</p> <p>La satisfacción del usuario será el resultado más valioso seguido de prestar el servicio de alta calidad, puesto que determina en el comportamiento, cabe resaltar que es un eje que evalúa la calidad, es por ello que el nivel de satisfacción es un indicador de la calidad (Guía técnica, RM 527- 2011).</p>	<p>En la operacionalización de la variable se utilizara el instrumento SERVPERF (Service Performance) adaptado e este estudio ,aquí se verá la comparación que hace el usuario después de haber recibido el servicio de acuerdo a esto expresara su satisfacción, se mide mediante las cinco dimensiones</p> <p>Para medir esta variable se empleara una encuesta de 10 preguntas.</p>	Fiabilidad	Capacidad de Atención	<p style="text-align: center;">Ordinal Técnica de Likert</p> <p style="text-align: center;">Malo (1) Regular (2) Bueno (3) Muy bueno (4) Excelente (5)</p>
				Orientación al cliente	
			Capacidad de respuesta	Eficiencia	
				Solución oportuna	
			Seguridad	Conocimientos o competencia profesional	
				Privacidad	
			Empatía	Escucha y trato	
				Comunicación	
			Aspectos tangibles	Señalización	
				Limpieza y comodidad	

ANEXO 4

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE SATISFACCION DEL USUARIO

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1. FIABILIDAD							
1	¿La atención por parte del personal de la botica fue de forma correcta?	X		X		X		
2	¿El personal que lo atendió soluciono su problema o duda?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2. CAPACIDAD DE RESPUESTA							
3	¿El personal que lo atendió fue eficiente y rápido?	X		X		X		
4	¿Recibió una solución oportuna a sus dificultades?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3. SEGURIDAD							
5	¿El personal que lo atendió tiene suficiente conocimiento para responder sus inquietudes?	X		X		X		
6	¿El personal que lo atendió respeto su privacidad?	X		X		X		
	DIMENSION 4. EMPATIA							
7	¿El personal que lo atendió lo trato con paciencia y amabilidad?	X		X		X		
8	¿Ud. Comprendió la explicación que le brindo el personal sobre sus medicamentos o producto que adquirió?	X		X		X		
	DIMENSION 5. ASPECTOS TANGIBLES							
9	¿Las señalizaciones le parecen adecuadas para orientar al cliente?	X		X		X		
10	¿El establecimiento se encontró limpio y ordenado?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si es suficiente

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Sadith Noemi Osorio Huaringa DNI: 42391219

Especialidad del validador: Químico Farmacéutico / Asuntos Regulatorios

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

30 de Junio del 2022



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE SATISFACCION DEL USUARIO

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1. FIABILIDAD							
1	¿La atención por parte del personal de la botica fue de forma correcta?	X		X		X		
2	¿El personal que lo atendió soluciono su problema o duda?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2. CAPACIDAD DE RESPUESTA							
3	¿El personal que lo atendió fue eficiente y rápido?	X		X		X		
4	¿Recibió una solución oportuna a sus dificultades?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3. SEGURIDAD							
5	¿El personal que lo atendió tiene suficiente conocimiento para responder sus inquietudes?	X		X		X		
6	¿El personal que lo atendió respeto su privacidad?	X		X		X		
	DIMENSION 4. EMPATIA							
7	¿El personal que lo atendió lo trato con paciencia y amabilidad?	X		X		X		
8	¿Ud. Comprendió la explicación que le brindo el personal sobre sus medicamentos o producto que adquirió?	X		X		X		
	DIMENSION 5. ASPECTOS TANGIBLES							
9	¿Las señalizaciones le parecen adecuadas para orientar al cliente?	X		X		X		
10	¿El establecimiento se encontró limpio y ordenado?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): si es suficiente

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg: Hellen Stephania Zarate Vasquez DNI: 72787028

Especialidad del validador: Cirujano Dentista

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

30 de Junio del 2022

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'St. Zarate Vasquez', is placed on a light blue rectangular background.

Firma del Experto Informante.

ANEXO 5

CUESTIONARIO DE ENCUESTA

Estimado cliente, la presente encuesta se realiza como parte de una investigación tiene el propósito de obtener información de gran utilidad en cuanto a la satisfacción del usuario en la botica Pharmacy Yumi y Chasqui Pharma, Lima 2022. La información es confidencial y anónima, se agradece de antemano su colaboración.

Instrucciones: marque con una "X" la alternativa que Ud. Considera adecuada.

Escala de valoración				
1	2	3	4	5
Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente

DIMENSION / ITEMS		1	2	3	4	5
Fiabilidad						
1	¿La atención por parte del personal de la botica fue de forma correcta?					
2	¿El personal que lo atendió soluciono su problema o duda?					
Capacidad de respuesta		1	2	3	4	5
3	¿El personal que lo atendió fue eficiente y rápido?					
4	¿Recibió una solución oportuna a sus dificultades?					
Seguridad		1	2	3	4	5
5	¿El personal que lo atendió tiene suficiente conocimiento para responder sus inquietudes?					
6	¿El personal que lo atendió respeto su privacidad?					
Empatía		1	2	3	4	5
7	¿El personal que lo atendió lo trato con paciencia y amabilidad?					
8	¿Ud. Comprendió la explicación que le brindo el personal sobre sus medicamentos o producto que adquirió?					
Tangibilidad		1	2	3	4	5
9	¿Las señalizaciones le parecen adecuadas para orientar al cliente?					
10	¿El establecimiento se encontró limpio y ordenado?					

ANEXO 6

Base de Datos IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Aplicaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	ENCUESTA_Cadena	Cadena	6	0		Ninguna	Ninguna	6	Izquierda	Escala	Entrada
2	P1	Numérico	12	1		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
3	P2	Numérico	12	1		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
4	P3	Numérico	12	1		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
5	P4	Numérico	12	1		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
6	P5	Numérico	12	1		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
7	P6	Numérico	12	1		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
8	P7	Numérico	12	1		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
9	P8	Numérico	12	1		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
10	P9	Numérico	12	1		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
11	P10	Numérico	12	1		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
12	SDIF	Numérico	12	1		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
13	SDZCR	Numérico	12	1		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
14	SD3S	Numérico	12	1		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
15	SD4E	Numérico	12	1		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
16	SD5T	Numérico	12	1		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
17	SVS	Numérico	12	1		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
18	botca	Numérico	12	1		(1), BOTC	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
19	VaSat	Numérico	5	0	SVS (Agrupada)	(1), BAJA S	Ninguna	10	Derecha	Ordinal	Entrada
20											
21											
22											
23											
24											

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Base de Datos IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Aplicaciones Ventana Ayuda

Visible: 19 de 19 variables

	ENCUESTA DOS	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
1	E1	4,0	4,0	4,0	4,0	5,0	5,0	5,0	5,0	4,0	4,0
2	E2	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	2,0	2,0
3	E3	3,0	3,0	3,0	3,0	4,0	4,0	3,0	3,0	3,0	3,0
4	E4	2,0	2,0	2,0	2,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0
5	E5	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	3,0	3,0	3,0	3,0
6	E6	5,0	5,0	5,0	5,0	4,0	4,0	5,0	5,0	5,0	5,0
7	E7	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
8	E8	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0
9	E9	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0
10	E10	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	4,0	4,0	4,0	4,0
11	E11	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0
12	E12	2,0	2,0	2,0	2,0	3,0	3,0	2,0	2,0	2,0	2,0
13	E13	5,0	5,0	5,0	5,0	4,0	4,0	4,0	4,0	3,0	3,0
14	E14	2,0	2,0	2,0	2,0	3,0	3,0	3,0	3,0	2,0	2,0
15	E15	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0
16	E16	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	3,0	3,0	3,0	3,0
17	E17	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	2,0	2,0	2,0	2,0
18	E18	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	3,0	3,0	3,0	3,0
19	E19	4,0	4,0	4,0	4,0	3,0	3,0	4,0	3,0	3,0	3,0
20	E20	3,0	3,0	3,0	3,0	4,0	4,0	4,0	3,0	4,0	5,0
21	E21	3,0	3,0	2,0	2,0	3,0	3,0	3,0	3,0	2,0	3,0
22	E22	4,0	4,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON



Lima 07 de setiembre del 2022

Señor (a):

Jenny Edith Arias Arzapalo

Química Farmacéutica

Asunto : Autorización para realizar trabajo de investigación

Referencia : Carta 173 – 2022 – UCV – VA – EPG – F05L03/J

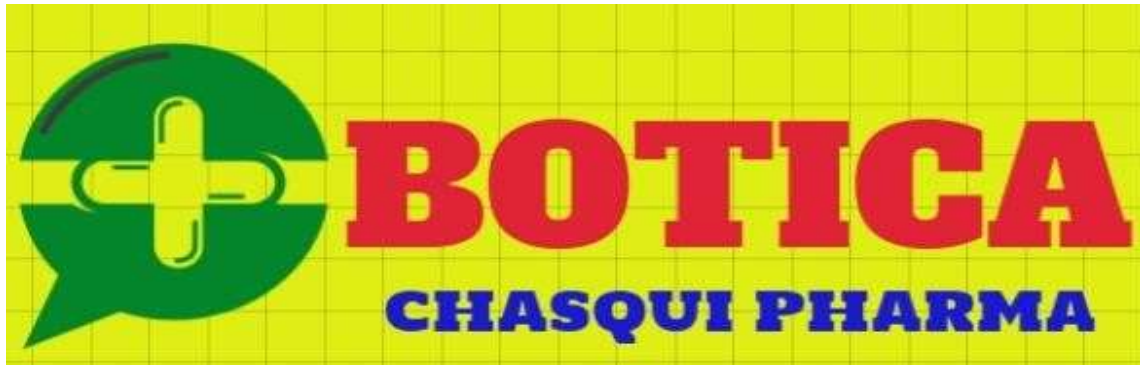
Estimada Q.F. Arias

En nombre de la BOTICA PHARMACY YUMI, Le saludo cordialmente y en atención a lo solicitado mediante el documento en referencia se acepta la realización de la tesis "SATISFACCION DE LOS USUARIOS DE LAS BOTICAS PHARMACY YUMI Y CHASQUI PHARMA, LIMA – 2022", para la obtención del título de, Maestría en gestión de los servicios de Salud en la Universidad cesar Vallejo.

Atentamente:

BOTICA PHARMACY YUMI

.....
César Daniel Sicahuanca Jilca
PROPIETARIO
DNI: 42848768



Lima 07 de setiembre del 2022

Señor (a):

Jenny Edith Arias

ArzapaloQuímica

Farmacéutica

Asunto : Autorización para realizar trabajo de investigación

Referencia : Carta 172 – 2022 – UCV – VA –F05L03/J

Estimada Q.F. Arias

En nombre de la BOTICA CHASQUI PHARMA, Le saludo cordialmente y en atención a lo solicitado mediante el documento en referencia se acepta la realización de la tesis "SATISFACCION DE LOS USUARIOS DE LAS BOTICAS PHARMACITY YUMI Y CHASQUI PHARMA, LIMA – 2022", para la Obtención del título de, Maestría en gestión de los servicios de Salud en la Universidad Cesar Vallejo.

Atentamente:


Cecilia Delia Lazaro Montes
DNI: 42758258
PROPIETARIA