



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

ESCUELA PROFESIONAL DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA

**CALIDAD DE ATENCIÓN EN FARMACIAS Y BOTICAS
DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE
JULIACA, MARZO A ABRIL – 2021**

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

AUTORES:

Bach. QUISPE YANA, DIANA MARIZOL

<https://orcid.org/0000-0001-9015-5206>

Bach. SUCAPUCA MAMANI, VIANEY DE LA ROSA

<https://orcid.org/0000-0001-6497-8022>

ASESOR:

Dra. HERNANDEZ GUERRA, REYNA EMPERATRIZ

<https://orcid.org/0000-0002-4844-8539>

LIMA - PERÚ

2021

DEDICATORIA

La siguiente tesis va dedicada a: mis papás Damián y Eva, que gracias a su esfuerzo y apoyo incondicional pude lograr este paso muy importante en mi vida pudiendo cumplir uno de mi más anhelado sueño; por dedicar su tiempo, paciencia y difundirme valores para ser una persona de bien y no temer frente a las adversidades y tener siempre la fe en Dios.

Va dedicado a mis hermanos Alex y Rossy por su comprensión y apoyo durante todo este proceso. A toda mi familia porque con sus consejos y palabras de aliento hicieron en mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Diana Marizol Quispe Yana

El presente trabajo va dedicado a Dios, que me ha dado fortaleza para continuar.

Dedicado a mis padres Ruben y Delfina, que han cultivado en mí el ser una persona de bien, quienes me alentaron en esta etapa de mi vida profesional, y me dejan la mejor herencia que es la educación, por su apoyo incondicional en cada paso en cada etapa de mi vida, por haberme enseñado a salir adelante en momentos difíciles y por estar conmigo en cada prueba que me puso la vida.

Dedicado a mis hermanos Karen y Rodrigo que siempre han estado junto a mí, brindándome todo su apoyo, fue una tarea difícil pero no imposible.

Dedicado a mi Abuelito en el cielo quien siempre nos aconsejó en el camino del estudio, deseando que seamos personas de bien y profesionales con ética.

Vianey de la Rosa Sucapuca Mamani

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por la vida y por estar con nosotras en todo momento guiando nuestros pasos y cuidando que no nos pase nada.

Agradecemos a la Universidad María Auxiliadora, por acogernos y permitirnos lograr este tan anhelado paso académico y lograr el éxito profesional.

A nuestra asesora Dra. Reyna Hernández Guerra, por su orientación y el apoyo brindado que ayudo a concluir el presente trabajo.

A toda la plana administrativa de la Facultad de Farmacia y Bioquímica, quienes hicieron posible el desarrollo esta modalidad, usando mecanismos de informática que facilitaron los procesos, muy a pesar de la coyuntura.

A todas las personas que nos colaboraron con su tiempo y paciencia en la recolección de datos. ¡Muchas Gracias!

INDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
INDICE GENERAL.....	iii
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE GRÁFICAS.....	vii
ÍNDICE DE ANEXOS	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MATERIALES Y MÉTODOS.....	7
2.1. Enfoque y diseño de la investigación.....	7
2.2. Población, muestra y muestreo.	7
2.3. Variables de investigación	9
2.3.1. Fiabilidad.	9
2.3.2. Capacidad de respuesta.....	9
2.3.3. Seguridad.	10
2.3.4. Empatía.	10
2.3.5. Tangibilidad	10
2.4. Técnica de recolección de datos.....	11
2.5. Plan de recolección de datos.....	11
2.6. Métodos de análisis estadísticos	11
2.7. Aspectos éticos.....	11
III. RESULTADOS	12
IV. DISCUSIÓN.....	33
4.1. Discusión de resultados.....	33
4.2. Conclusiones	34

4.3. Recomendaciones	35
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36
ANEXOS	39
Anexo A: Matriz de consistencia.....	39
Anexo B: Operacionalización de variables.....	44
Anexo C: Instrumentos de recolección de datos.....	46
Anexo D: Consentimiento informado	48
Anexo E: Validación de instrumentos	49
Anexo F: Evidencias fotográficas del trabajo de campo (Diana Marizol Quispe Yana).....	55
Anexo G: Evidencias fotográficas del trabajo de campo (Vianey de la Rosa Sucapuca Mamani).....	59

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1: ESTIMACIÓN DE LA POBLACIÓN DEL MES DE ABRIL.....	7
TABLA N° 2: FRECUENCIA DEL ESTABLECIMIENTO DE PREFERENCIA DE ACUERDO AL GÉNERO, POR PARTE DE LOS USUARIOS EN EL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021	12
TABLA N° 3: FRECUENCIA DE LA PREFERENCIA DE ACUERDO CON LA EDAD POR PARTE DE LOS USUARIOS EN EL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.....	14
TABLA N° 4: FRECUENCIA DE LA PREFERENCIA DE ACUERDO CON EL GRADO DE INSTRUCCIÓN POR PARTE DE LOS USUARIOS EN EL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021	15
TABLA N° 5: CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA FIABILIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021	16
TABLA N° 6: CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA CAPACIDAD DE RESPUESTA PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021	17
TABLA N° 7: CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA SEGURIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021	18
TABLA N° 8: CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA EMPATÍA PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021	19
TABLA N° 9: CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA TANGIBILIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.	20
TABLA N° 10: DETERMINAR LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN FARMACIAS BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.	21
TABLA N° 11: DETERMINAR LA FIABILIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.	23
TABLA N° 12: DETERMINAR LA CAPACIDAD DE RESPUESTA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.	25

TABLA N° 13: DETERMINAR LA SEGURIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.....	27
TABLA N° 14: DETERMINAR LA EMPATÍA PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.....	29
TABLA N° 15: DETERMINAR LA TANGIBILIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.....	31

ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICA N° 1: FRECUENCIA DEL ESTABLECIMIENTO DE PREFERENCIA POR PARTE DE LOS USUARIOS EN EL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021	12
GRÁFICA N° 2: FRECUENCIA DE LA PREFERENCIA DE ACUERDO CON LA EDAD POR PARTE DE LOS USUARIOS EN EL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021	14
GRÁFICA N° 3: FRECUENCIA DE LA PREFERENCIA DE ACUERDO CON EL GRADO DE INSTRUCCIÓN POR PARTE DE LOS USUARIOS EN EL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021	15
GRÁFICA N° 4 CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA FIABILIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021	16
GRÁFICA N° 5: CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA CAPACIDAD DE RESPUESTA PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021	17
GRÁFICA N° 6: CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA SEGURIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021	18
GRÁFICA N° 7: CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA EMPATÍA PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021	19
GRÁFICA N° 8: CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA TANGIBILIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.	20
GRÁFICA N° 9: DETERMINAR LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN FARMACIAS BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.	22
GRÁFICA N° 10: DETERMINAR LA FIABILIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.	24
GRÁFICA N° 11 DETERMINAR LA CAPACIDAD DE RESPUESTA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.	26

GRÁFICA N° 12: DETERMINAR LA SEGURIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.....	28
GRÁFICA N° 13: DETERMINAR LA EMPATÍA PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.....	30
GRÁFICA N° 14: DETERMINAR LA TANGIBILIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.....	32

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: MATRIZ DE SISTEMATIZACIÓN.....	39
ANEXO B: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	44
ANEXO C: INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	46
ANEXO D: CONSENTIMIENTO INFORMADO	48
ANEXO E: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS.....	49
ANEXO F: EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL TRABAJO DE CAMPO (DIANA MARIZOL QUISPE YANA).....	515
ANEXO G: EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL TRABAJO DE CAMPO (VIANEY DE LA ROSA SUCAPUCA MAMANI).....	59

RESUMEN

Objetivo: Determinar la calidad de atención en farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza, ciudad de Juliaca, marzo a abril – 2021.

Métodos: Método descriptivo, dado que se buscó describir la calidad de atención en farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza–Juliaca; El diseño que se aplicó es no experimental de tipo observacional, porque no se manipuló deliberadamente la variable de estudio, solo se observó en su ambiente natural para luego analizarlos, y transversal porque la medición de los datos se realizó por única vez.

Resultado: El 2.14% del total indica que la calidad de atención es **mala**, de los cuales refiere solo a las boticas; el 39.31% indican que la calidad de atención es **regular**, de los cuales el 33.96% se refiere a boticas y el 5.35% a farmacias; el 55.08% afirma que la calidad de atención es **buena**, de los cuales el 40.37% se refiere a boticas y el 14.71% a farmacias, mientras que el 3.48% afirman que la calidad de atención es **excelente**, de los cuales el 2.67% se refiere a boticas y el 0.80% a farmacias.

Conclusiones: Del total de la muestra de estudio el 55.08% indica que, la calidad de atención en las farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza, es **buena**, de los cuales el 40.37% se refiere a boticas y el 14.71% a farmacias.

Palabras claves: Calidad, atención, farmacias y boticas.

ABSTRACT

Objective: To determine the quality of care in pharmacies and apothecaries of the Pedro Vilcapaza market, city of Juliaca, March to April - 2021.

Methods: Descriptive method, given that it was sought to describe the quality of care in pharmacies and apothecaries of the Pedro Vilcapaza - Juliaca market; The design that was applied is non-experimental of an observational type, because the study variable was not deliberately manipulated, it only works in its natural environment to later analyze them, and cross-sectional because the data was measured only once.

Result: 2.14% of the total indicates that the quality of care is poor, of which it refers only to pharmacies; 39.31% indicate that the quality of care is regular, of which 33.96% refers to drugstores and 5.35% to pharmacies; 55.08% affirm that the quality of care is good, of which 40.37% refer to drugstores and 14.71% to pharmacies, while 3.48% affirm that the quality of care is excellent, of which 2.67% refer to drugstores and 0.80% to pharmacies.

Conclusions: Of the total study sample, 55.08% indicate that the quality of care in the Pedro Vilcapaza market pharmacies and drugstores is good, of which 40.37% refers to drugstores and 14.71% to pharmacies.

Keywords: Quality, attention, pharmacies and drugstores.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad y en todo el mundo, la disponibilidad de medicamentos es un problema en la región del bienestar, debido al uso sin sentido. Numerosas investigaciones ponen de manifiesto que el abuso incluye el negocio de los medicamentos, los prescriptores (médicos), los artilugios, los distribuidores y los compradores, que reparten los medicamentos con o sin receta médica en droguerías y farmacias, al igual que las fundaciones casuales, los curanderos, los chamanes y los supermercados (1).

"La OMS (Organización Mundial de la Salud) reconoce como partes esenciales de la atención médica de valor un nivel serio de grandeza de los expertos, la productividad en la utilización de los activos, los peligros insignificantes para los pacientes, la satisfacción de los clientes y el logro de resultados de bienestar (2).

La administración de las farmacias debe trabajar en la calidad, en lo que se refiere a las ofertas de medicamentos, y a las administraciones de las farmacias, por ejemplo, los puntos de vista subyacentes, la atención, los datos proporcionados, las sugerencias, la reacción a los requisitos y la confianza de los clientes en la farmacia (3).

La OMS ha calculado que las farmacias privadas representan alrededor del 75% de las ventas de medicamentos en el país y la mayoría de ellas están situadas cerca de los centros de urgencias (25%). Cuando las farmacias de las clínicas o los centros de salud del MINSA no satisfacen las necesidades de medicamentos, las farmacias privadas cubren esas necesidades (4).

La naturaleza de las administraciones de bienestar es significativa. Jiménez et al. (5) aluden a la naturaleza de la atención como "el conjunto de ejercicios orientados a asegurar una administración abierta y justa; con administraciones expertas idóneas, considerando los activos accesibles, logrando la satisfacción del cliente¹ con la contraprestación obtenida".

"La calidad en el bienestar no significa una consideración elitista o compleja, sino que se identifica con el cumplimiento total de los requisitos de las personas que más lo necesitan, con el menor gasto para la asociación y dentro de los puntos de corte establecidos por los especialistas superiores (6).

A partir de ahora, la naturaleza de la administración debe ser abordada como una técnica de negocio, ya que ayuda a permanecer dentro de un mercado despiadado, los clientes son cada vez más exigentes en sus necesidades y tienen estándares exclusivos, estos supuestos no sólo se centran en los costos y la naturaleza de las administraciones o artículos, sino también en la velocidad, la fiabilidad y la eficacia, esto es lo que se ha clasificado "naturaleza de la administración", que es una ventaja para las organizaciones (7).

Dentro de la cuestión de la naturaleza de la atención, se ha visto que la calidad es un componente clave hoy en día para las administraciones de bienestar y la OMS la caracteriza como cualquier cosa menos "un grado significativo de grandeza de los expertos que utilizan los activos de forma efectiva con el menor peligro para el cliente, para lograr un nivel serio de satisfacción del cliente y crear un efecto final positivo en el área de bienestar". Que la administración del bienestar sea de calidad aceptable depende sobre todo de quién la perciba. Cuando se utiliza la palabra calidad, suele aludir a atributos como la productividad, la atención y la viabilidad. En consecuencia, la calidad no se limita a un punto de vista, sino que incorpora la satisfacción del cliente, la productividad y los resultados clínicos (8).

Zeithaml (9), en 1988, caracterizó la expresión "calidad subjetiva o recibida" como la valoración que hace el cliente de ciertas partes de la ayuda. La naturaleza de la ayuda vista según el punto de vista del cliente y la singularidad de su participación en la asistencia, el cliente tiene un método individual de descifrar y reaccionar a los impulsos externos (10). Castellanos y González, demuestran que la calidad aparente percibe la impresión de la calidad de la administración por parte de los clientes de las boticas y farmacias, a través de un instrumento que considera los elementos del modelo SERVQUAL, considerando sólo percepciones.

En este sentido, se pensará en las cualidades concentradas por Castellanos.

- a) Fiabilidad.
- b) Capacidad de respuesta.
- c) Seguridad.
- d) Empatía.
- e) Tangibilidad

En las fuentes de investigación se han encontrado varias investigaciones sobre la calidad de la atención en diferentes servicios de salud, Bofill *et al.* (11) en su exploración encontraron que hay un marcador con una valoración de malo y cuatro de razonable, mostrando problemas en la valoración de la calidad que tienen los clientes sobre las farmacias y boticas, adicionalmente Hernández *et al.* (12) en El Salvador, tuvieron la opción de reconocer una valoración decente al evaluar la naturaleza de la administración, aludiendo a la presentación de los representantes de la farmacia San Nicolás, ya que los clientes tienen una percepción decente, así mismo Huaman (13) en su examen los clientes tuvieron un grado significativo de cumplimiento con la consideración obtenida; ningún cliente ve un cumplimiento bajo, 31.9% un cumplimiento medio y 68, en esta única circunstancia, Quispe (14) vio el grado de valor en la reunión en algún lugar en el rango de 44 y 69 años de edad, en cuanto al sexo, hay una visión superior por el grupo del sexo femenino, así mismo Pari y Valer en Lima descubrieron que el grado de la naturaleza de la atención en cuanto a los componentes de la construcción, los ciclos y los resultados es de nivel estándar (15). Así consideramos los siguientes antecedentes.

Caicedo, Marlon (2016), El proyecto analiza la circunstancia de impulso de la lealtad del consumidor, a través de la indagación de los componentes de valor identificados con la consideración del área de droguería, en la principal ocasión en que estos ayudarán a fomentar la encuesta de indagación, para luego rellenar como un establecimiento para fomentar un manual de administración y atención al cliente. Las consecuencias de los estudios muestran que hay un grado medio de satisfacción; los clientes no están completamente satisfechos, y hay cuestiones como la cortesía, la amabilidad, la prima en la atención a las necesidades de los clientes, y las soluciones completas que no han sido evaluadas como absolutamente agradables, que influyen en la naturaleza de la asistencia al cliente, y por lo tanto las suposiciones de los clientes no están completamente cubiertas. Por lo tanto, se propone un manual de atención y consideración al cliente que, a través de normas y aclaraciones, difundirá la forma de ofrecer apoyo y consideración, y decidirá asimismo listas y puntos de consideración de valor, para lograr la fidelidad del consumidor (16).

López, Karen (2019), Evaluó la Calidad del Servicio en la Farmacia Cruz Azul del Cantón de Archidona. Se utilizaron 20 preguntas del modelo ServQual, organizadas en cinco medidas: efectos, calidad inquebrantable, seguridad, simpatía y capacidad de respuesta. El objetivo del examen era evaluar la naturaleza de la administración utilizando el modelo ICS, para decidir el nivel de satisfacción y decepción de los clientes de la farmacia Cruz Azul. En la estructura hipotética, se aconsejó a algunos creadores que sostuvieran lógicamente la interacción del examen. Los resultados obtenidos confirmaron que los agujeros de la decepción eran del 90% y del 10% de la fidelidad del consumidor. El agujero más lamentable estaba en el elemento de la calidad y la simpatía inquebrantables (17).

Anrango, Karen (2019), En el emprendimiento se realizó un examen del área de medicamentos, observando la naturaleza de la administración y la lealtad de los consumidores entre las droguerías autónomas y las de cadena en el espacio sur de la ciudad de Quito. Se descubre dentro de los clientes cuál de estos tipos de droguerías les gusta, el impulsor fundamental de la satisfacción, la particularidad que para ellos tiene la estima en cuanto a la gran consideración de la droga, las cosas que deben ser mejoradas y de esta manera adquirir datos y cerca de los resultados obtenidos. La fidelidad de los consumidores y la naturaleza de la administración se coordinan con los atractivos como los avances, el surtido de artículos, la publicidad o más todo el trato personalizado con el cliente que les hace volver y prescribir a otros ya que superó sus suposiciones (18).

Caruajulca, Rocio J. (2020), El objetivo de esta investigación fue decidir la conexión entre la naturaleza de la atención farmacéutica y la lealtad del consumidor en la Botica Rocío, San Juan de Lurigancho, 2020. Los resultados descubiertos muestran que existe una conexión entre la Calidad de la atención farmacéutica y la Satisfacción del cliente ($p=0,00$); asimismo, la mayoría de los clientes que acuden a la Botica Rocío presentan un carácter fantástico de la atención farmacéutica (59,7%), y una Satisfacción del cliente excepcionalmente satisfecha (59. 2%); en cuanto a los componentes de la Calidad de la atención farmacéutica, la mayor parte presenta una calidad brillante en los elementos de Seguridad (49,0%), Empatía (50,0%) y Tangibilidad (50,0%), y una gran calidad en los elementos de Fiabilidad (50,5%) y Capacidad de Respuesta (48,0%); y en la Satisfacción del Cliente,

extremadamente cumplida en las mediciones Humanística (55,2%), Tecnológica-Científica (54,1%) y Medio Ambiente (61,7%). Decisiones: Existe una relación medianamente crítica entre la Calidad de la Atención Farmacéutica y la Satisfacción del Cliente, además, en la mayor parte de los clientes que acuden a la farmacia del Rocío, existe un carácter sorprendente de la Atención Farmacéutica y la Satisfacción del Cliente, extremadamente cumplida (19).

Barrientos, Joel (2018), La exploración Calidad de la atención y satisfacción del cliente de la administración de la farmacia del Centro de Salud Laura Caller-Los Olivos, 2018, tuvo como objetivo decidir la conexión entre la Calidad de la atención y la satisfacción del cliente de la administración de la farmacia del Centro de Salud Laura Caller-Los Olivos, 2018. El acabado general del examen con respecto a los factores fue que la naturaleza de la atención y la satisfacción del cliente de la administración de la farmacia del Centro de Salud Laura Caller-Los Olivos, 2018 ($p < 0,05$, Rho Spearman = 0,852 conexión excepcionalmente alta). Es decir, cuanto mejor es la naturaleza de la atención, mejor es la satisfacción del cliente de la administración de la farmacia del Centro de Salud Laura Caller-Los Olivos, 2018 (20).

Barzola, Maria (2019), Tuvo como objetivo ver el grado de cumplimiento y la naturaleza de la atención al cliente en la farmacia ambulatoria del Hospital III de Emergencias Grau Essalud. Julio-septiembre de 2018. Tuvo como resultado el 18,8% (38) de los clientes de la Farmacia externa del Hospital III de Emergencias Grau Essalud 2018, tienen un grado de satisfacción indefenso, mientras que sólo el 13,4% (27) tienen un grado de satisfacción decente, siendo la perspectiva que más contribuye el colgar una oportunidad ideal para la atención con la calificación más excesivamente terrible 26,2%. De las personas que creen que la oportunidad ideal para la atención es horrible, el 43,4% también cree que la naturaleza de la atención es terrible, mientras que el 64,9% de las personas que creen que la oportunidad ideal para la atención es aceptable, también creen que la naturaleza de la atención es aceptable. Se ha resuelto que existe una relación habitual entre el grado de cumplimiento y la naturaleza de la atención que presentan los clientes estudiados en la farmacia ambulatoria del Hospital III de Emergencias Grau

Essalud, ya que el nivel del grado de cumplimiento encontrado en el resumen fue de 67,8%, mientras que la naturaleza de la atención fue de 44,6% (21).

Por tal razón la justificación de abordar este tema es describir la importancia de la calidad de servicio para la supervivencia de las empresas, considerando que un número importante de ellas no tiene administraciones organizadas satisfactorias, ni atención con medicamentos recomendados por los médicos que son aludidos por otros. Los resultados servirán para trabajar en la naturaleza de la atención a los clientes, lo que considerará su alta satisfacción, que son la justificación de la presencia de la organización. Esto debe ser terminado por la dinámica de los responsables de la administración de estos almacenes de medicamentos para hacer frente a los problemas o insuficiencias notadas y por la popularidad de los clientes potenciales que viven en los factores ambientales del mercado Pedro Vilcapaza. La distribución de los resultados es significativa porque permitirá perfeccionar a los trabajadores de las farmacias y boticas, incluyendo a los licenciados y a los expertos de las distintas escuelas de formación, para que fortalezcan sus habilidades para ofrecer una asistencia superior y aumentar la satisfacción de los clientes.

A nivel práctico, esta investigación beneficiará a futuros empresarios farmacéuticos, ya que muestra la percepción que tiene el usuario acerca de la atención en el servicio de boticas y farmacias, y con ello quedarán reflejado y demostrado las carencias y puntos que deben ser atendidas por empresas farmacéuticas, de mejora continua en la calidad de atención, ya que por otro lado se encuentra el consumidor, quien es cada día más exigente y apunta hacia un servicio o producto de alta calidad.

Siendo el objetivo principal el siguiente: Determinar la calidad de atención en farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza, ciudad de Juliaca marzo a abril-2021,

II. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Enfoque y diseño de la investigación.

La investigación es descriptivo y cualitativo, debido a que se describe la calidad en la atención en las farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza, ciudad de Juliaca, marzo a abril-2021.

El diseño que se aplicó es no experimental de tipo observacional, porque no se manipuló deliberadamente la variable de estudio, solo se observó en su ambiente natural para luego analizarlos. Es transversal porque la medición de los datos se realizó por única vez.

M1 -----> O1

Se tiene en este esquema:

M1 = Muestra de estudio

O1 = Información recolectada de la muestra

2.2. Población, muestra y muestreo.

Hernández, Fernández y Baptista mencionan (22) que, “la población está conformada por los casos de cualquier clase ya sean de personas, eventos u objetos”. La población está constituida por 14,330 usuarios que acuden a farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza en los meses de marzo y abril 2021, siendo la muestra calculada de 374.156 usuarios.

Se pudo observar la existencia de 10 establecimientos entre farmacias y boticas en el mercado Pedro Vilcapaza, las cuales nos brindaron la información de visitas recibidas en los últimos 03 meses (enero, febrero y marzo), el cual nos ayudó a estimar una visita de 14,330 usuarios en el mes de abril, la población se estimó de acuerdo a la siguiente tabla:

TABLA N° 1: ESTIMACIÓN DE LA POBLACIÓN DEL MES DE ABRIL

ITEM	NOMBRE DE ESTABLECIMIENTO	ULTIMOS 03 MESES			PROMEDIO	PROMEDIO CORREGIDO
		ENERO	FEBRERO	MARZO		
1	LA MERCED	1850	900	2040	1597	1600

2	WAYNA DARMA	1600	850	1500	1317	1320
3	MEGACENTER	1800	900	2100	1600	1600
4	BIOFARMA	1650	1400	1800	1617	1620
5	WILDO	1700	700	900	1100	1100
6	SAN ISIDRO	1600	900	1900	1467	1470
7	SAN PABLO	1650	800	1600	1350	1350
8	SAN SEBAS	1800	900	1900	1533	1540
9	RABONI	1700	850	1600	1383	1390
10	JG FARMA	1650	850	1500	1333	1340
	TOTAL	17,000	9,050	16,840	14,297	14,330

Fuente: Elaboración propia.

Hernández, Fernández y Baptista (22) mencionan que “la muestra es un subgrupo del universo o población de la cual se recolecta los datos y que debe ser representativo de esta.

El tamaño de la muestra se determinará utilizando la fórmula de cálculo que recomienda la Guía Técnica para la Evaluación de la Satisfacción del Usuario Externo, de los establecimientos de salud y servicios médicos de apoyo, aprobada por RM N° 527 – 2011/MINSA, señala la siguiente formula:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

p = Proporción de usuarios externos que espera se encuentren insatisfechos (0,5).

q = Proporción de usuarios externos que espera se encuentren satisfechos (1 – p).

e = Error estándar según categoría del establecimiento. En este caso como el establecimiento es de categoría II y III su valor es 0,05.

Z = Valor de Z para el intervalo de confianza 95%. El valor de Z es igual a 1,96.

N = Tamaño de la población en un mes es igual a **14,330**.

El tamaño de muestra calculado es igual a **374.156**, lo que equivale a 374 personas.

Criterios de inclusión:

- Usuarios que deseen participar voluntariamente.
- Usuarios que firmen el consentimiento informado.
- Usuarios de ambos sexos, entre 18 a 65 años.

Criterios de exclusión:

- Menores de 18 años y mayores de 65 años.
- Personal de salud que trabajen dentro de los establecimientos.
- Usuarios que no deseen participar en el estudio.
- Usuarios que no otorguen su consentimiento informado.
- Encuestas llenadas de forma equivocada e incompleta.

2.3. Variables de investigación

Calidad de atención en farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza, ciudad de Juliaca, marzo a abril- 2021.

2.3.1. Fiabilidad.

Definición conceptual: Referido a la habilidad del trabajador para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable.

Definición operacional: Ciertos factores como, consejo farmacéutico, precio y servicio prometido inciden al cliente a escoger el establecimiento que visitara para comprar lo que necesita. Si el cliente necesita que le receten algún medicamento, acudirá a donde haya un farmacéutico o personal capacitado y con experiencia en recetar medicamentos.

2.3.2. Capacidad de respuesta.

Definición conceptual: Referido a la disposición y voluntad para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido.

Definición operacional: El mejoramiento del servicio hacia el cliente

2.3.3. Seguridad.

Definición conceptual: Referido a los conocimientos y atención mostrados por los empleados y habilidades para inspirar credibilidad y confianza, manteniendo una buena reputación del nombre del establecimiento, capacitar a personal que este en contacto con el cliente y evitar cualquier interacción agresiva con el mismo.

Definición operacional: La seguridad radica en el sentimiento que se genera en el cliente cuando coloca sus necesidades a manos del personal y del establecimiento, disponibilidad de farmacéuticos esos indicadores elevan el nivel de calidad entre un establecimiento y otro, además de elevar o disminuir el número de clientes y por ende sus ventas.

2.3.4. Empatía.

Definición conceptual: Referido a la atención personalizada que ofrecen los trabajadores a sus clientes, deben existir una buena comunicación entre el establecimiento y el cliente, informando de todos los aspectos del servicio.

Definición operacional: La atención es en horarios convenientes para los clientes, proporcionar actividades y servicios extras poniéndose en el lugar del cliente, identificando lo que se siente, lo que necesita y ofreciendo soluciones a sus problemas. La amabilidad, discreción y sencillez son características que dejan una buena impresión en el consumidor, El respeto y consideración hacia el cliente son básicos en los establecimientos a la hora de medir la empatía.

2.3.5. Tangibilidad

Definición conceptual: Referida a la apariencia física de las instalaciones, mobiliaria personal y material de comunicación, de los cuales el cliente podría eventualmente emitir un juicio parcial acerca de la calidad del servicio del establecimiento.

Definición operacional: Las boticas y farmacias al concentrarse en los elementos tangibles están mejorando la manera en la cual el cliente valora misma mediante el sentido de la vista; poseer servicio de vigilancia, acceso a productos de interés por parte de los clientes, iluminación estratégica de ciertos productos estos son factores que van a atraer a los clientes.

2.4. Técnica de recolección de datos.

La técnica para emplear fue la encuesta y como instrumento el cuestionario con el objetivo recoger la información en relación a la calidad de atención del usuario que acude a las farmacias y boticas. Se empleó la encuesta SERVQUAL modificada de la guía técnica del MINSA, con preguntas cerradas tipo escala de Likert.

2.5. Plan de recolección de datos.

-Se seleccionó la muestra y se realizó la aplicación del instrumento de manera aleatoria.

-La calidad en la atención fue medido por los indicadores: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad empatía y tangibilidad, mediante encuesta.

-La aplicación del instrumento se efectuó cuando el cliente sale de la farmacia o botica después de adquirir sus medicamentos.

-Antes de la aplicación del instrumento, se explicó y se da las recomendaciones necesarias al cliente para la emisión de sus respuestas.

2.6. Métodos de análisis estadísticos

Después de haber culminado las encuestas, fueron revisadas detalladamente para su selección, finalmente se creó una base de datos con el Microsoft Office Excel para realizar las pruebas estadísticas respectivas.

2.7. Aspectos éticos

Este estudio se ejecutó con los lineamientos éticos sobre bioética en los fundamentos de atención.

Los principios éticos que se tomaron en cuenta al momento de encuestar fueron los siguientes:

- Principio de integridad física y moral.
- Principio de respeto a las personas.
- Principio de beneficencia: buscar el bien para los participantes.

La información no expuso a los usuarios a riesgo alguno, los datos proporcionados por parte de los encuestados sirvieron para hacer un diagnóstico de como las farmacias y boticas están en cuanto a calidad en la atención. Por otra parte, los encargados de realizar la recolección de datos son profesionales con visión humanista y católica por ende respetuosas con la dignidad de la persona y comprometidas en buscar la verdad. También se tomó en cuenta los protocolos de bioseguridad frente al COVID 19.

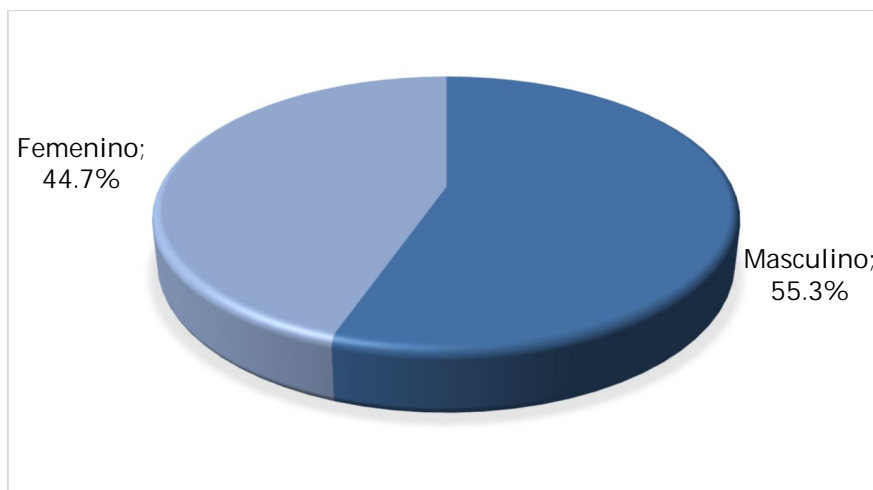
III. RESULTADOS

TABLA N° 2: FRECUENCIA DEL ESTABLECIMIENTO DE PREFERENCIA DE ACUERDO AL GÉNERO, POR PARTE DE LOS USUARIOS EN EL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Masculino	207	55.3	55.3
Femenino	167	44.7	100.0
Total	374	100.0	

Fuente: Encuesta a 374 usuarios de Farmacias y Boticas del Mercado Pedro Vilcapaza.

GRÁFICA N° 1: FRECUENCIA DEL ESTABLECIMIENTO DE PREFERENCIA POR PARTE DE LOS USUARIOS EN EL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021



Fuente: Encuesta a 374 usuarios de Farmacias y Boticas del Mercado Pedro Vilcapaza.

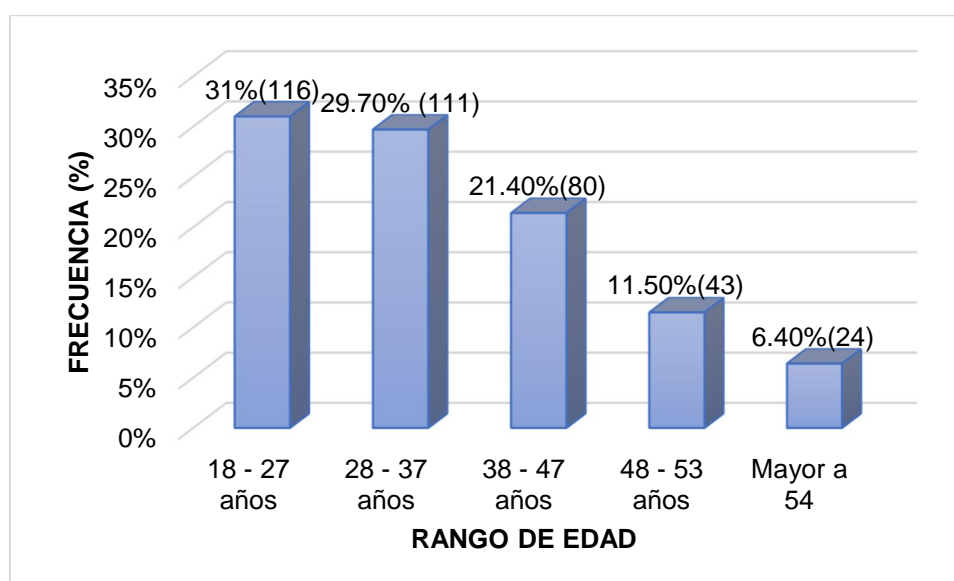
Según la Tabla N°2 y Gráfica N°1 se puede observar que, según la distribución por género, un mayor porcentaje corresponde al sexo masculino, con 55.3% (207), de un total de 374 usuarios, mientras que el sexo femenino un 44.7% (167).

TABLA N° 3: FRECUENCIA DE LA PREFERENCIA DE ACUERDO CON LA EDAD POR PARTE DE LOS USUARIOS EN EL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
18 - 27 años	116	31.0	31.0
28 - 37 años	111	29.7	60.7
38 - 47 años	80	21.4	82.1
48 - 53 años	43	11.5	93.6
Mayor a 54	24	6.4	100.0
Total	374	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICA N° 2: FRECUENCIA DE LA PREFERENCIA DE ACUERDO CON LA EDAD POR PARTE DE LOS USUARIOS EN EL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021



Fuente: Elaboración Propia

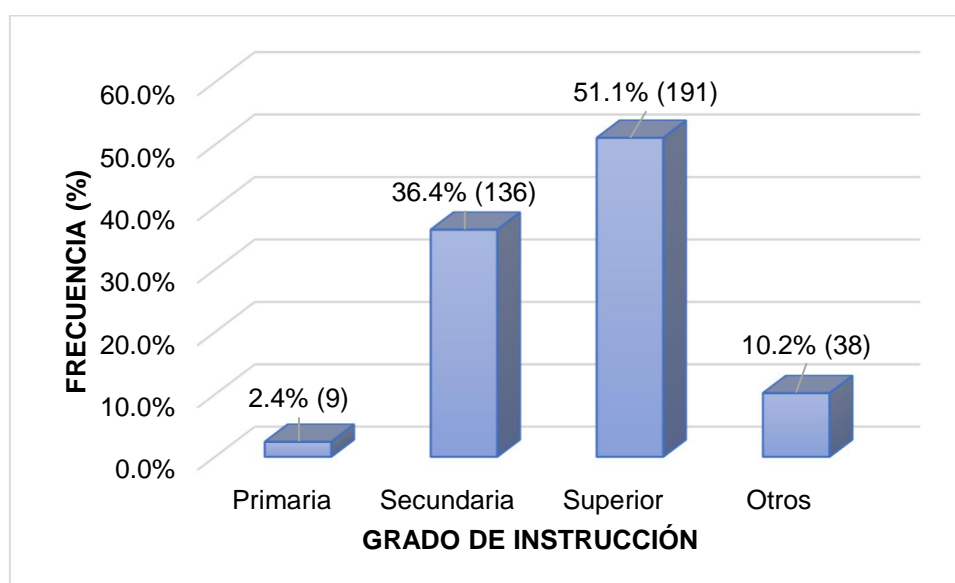
Según la Tabla N°3 y Gráfica N°2, se puede observar que el principal grupo que asiste para realizar compras y/o consultas a los establecimientos, estuvo constituido por aquel cuyo rango de edad está entre 18 a 27 años, que representa el 31% (116) del total de encuestados, el segundo grupo lo conformaron los usuarios cuyo rango de edad está entre 28 a 37 años, que representa el 29.7% (111), el 21.40%(80) corresponde al rango de edad entre 38-47 años, el 11.50% (43) al rango de edad entre 48-53 años y el 6.40% (24) a los mayores de 54.

TABLA N° 4: FRECUENCIA DE LA PREFERENCIA DE ACUERDO CON EL GRADO DE INSTRUCCIÓN POR PARTE DE LOS USUARIOS EN EL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL- 2021

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Primaria	9	2.4	2.4
Secundaria	136	36.4	38.8
Superior	191	51.1	89.8
Otros	38	10.2	100.0
Total	374	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICA N° 3: FRECUENCIA DE LA PREFERENCIA DE ACUERDO CON EL GRADO DE INSTRUCCIÓN POR PARTE DE LOS USUARIOS EN EL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL- 2021



Fuente: Elaboración Propia

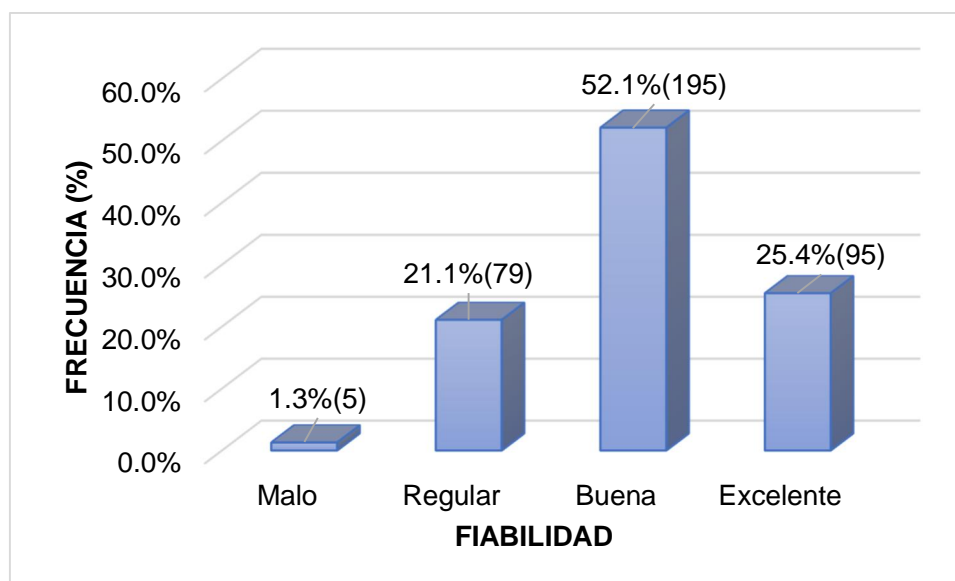
Según la Tabla N°4 y Gráfica N°3, se puede observar la frecuencia en relación al grado de instrucción, que el principal grupo que acude cuenta con educación superior siendo el 51.1% (191) del total, seguido del 36.4% (136) que cuenta con secundaria, el 10.2% (38) con otro tipo de grado de instrucción, mientras que el 2.4% (9) cuenta con primaria.

TABLA N° 5: CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA FIABILIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Malo	5	1.3	1.3
Regular	79	21.1	22.5
Buena	195	52.1	74.6
Excelente	95	25.4	100.0
Total	374	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización

GRÁFICA N° 4 CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA FIABILIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021



Fuente: Matriz de Sistematización

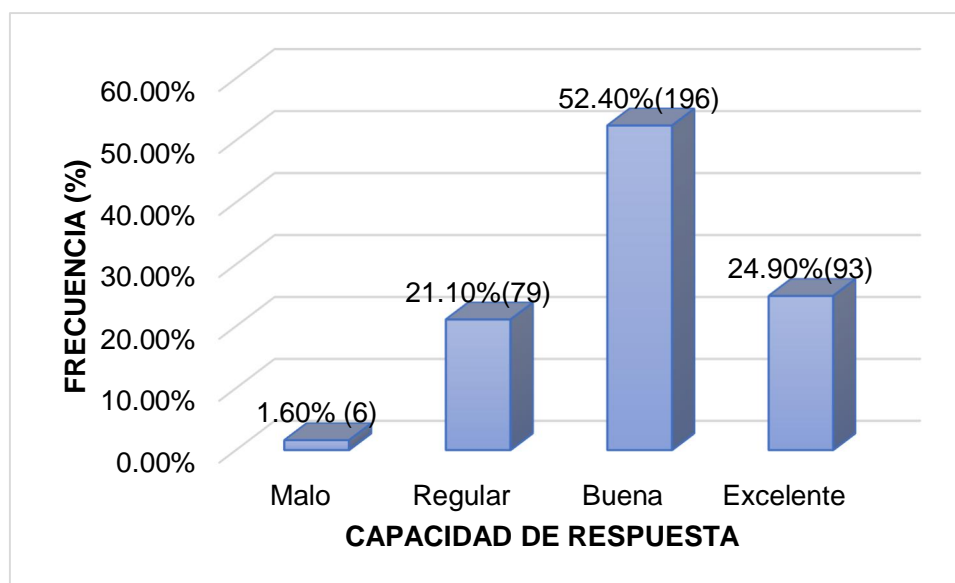
Según la Tabla N° 5 y Gráfica N°4 se muestra la frecuencia de los usuarios, según la dimensión de fiabilidad percibida, que asisten a los establecimientos farmacia y botica en el Mercado Pedro Vilcapaza, donde se observó que, de un total de 374 usuarios, la mayoría considera una fiabilidad buena siendo representada por el 52.1% (195), mientras el 25.4% (95) afirma que la fiabilidad es excelente, el 21.1% (79) fiabilidad regular, y el 1.3% (5) califican como malo.

TABLA N° 6: CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA CAPACIDAD DE RESPUESTA PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Malo	6	1.6	1.6
Regular	79	21.1	22.7
Buena	196	52.4	75.1
Excelente	93	24.9	100.0
Total	374	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización

GRÁFICA N° 5: CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA CAPACIDAD DE RESPUESTA PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021



Fuente: Matriz de Sistematización

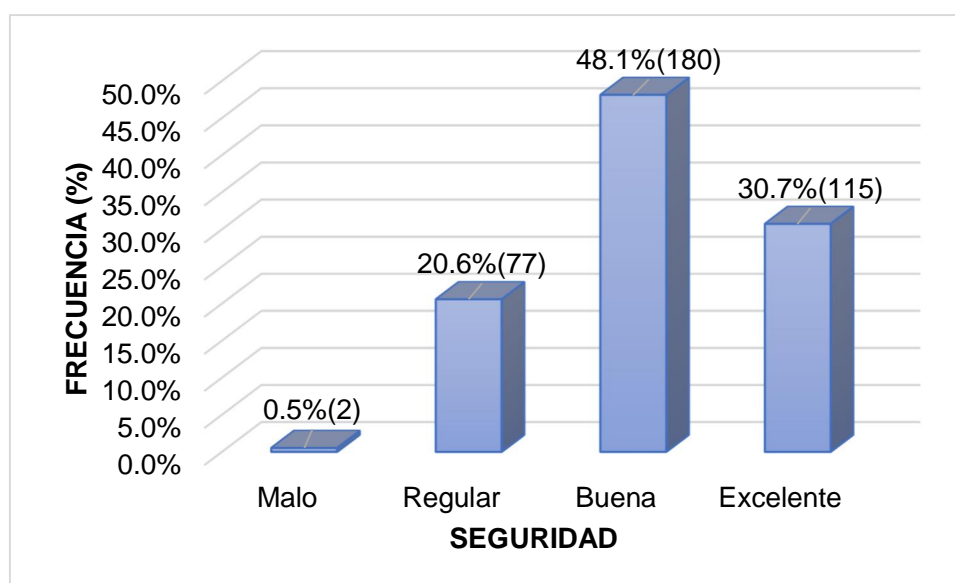
Según la Tabla N° 6 y Gráfica N°5 se muestra la frecuencia de los usuarios según la dimensión capacidad de respuestas que asisten a los establecimientos farmacia y botica en el Mercado Pedro Vilcapaza, donde se observó que, de un total de 374 usuarios, el 52.4% (196) afirma que la capacidad de respuesta es buena, el 24.9% (93) afirman que es excelente, el 21.1% (79) consideran una capacidad de respuesta regular, mientras que el 1.6% (6) afirma que la capacidad de respuesta es mala.

**TABLA N° 7: CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA SEGURIDAD
PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS
DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A
ABRIL-2021**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Malo	2	0.5	0.5
Regular	77	20.6	21.1
Buena	180	48.1	69.3
Excelente	115	30.7	100.0
Total	374	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización

**GRÁFICA N° 6: CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA SEGURIDAD
PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS
DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A
ABRIL-2021**



Fuente: Matriz de Sistematización

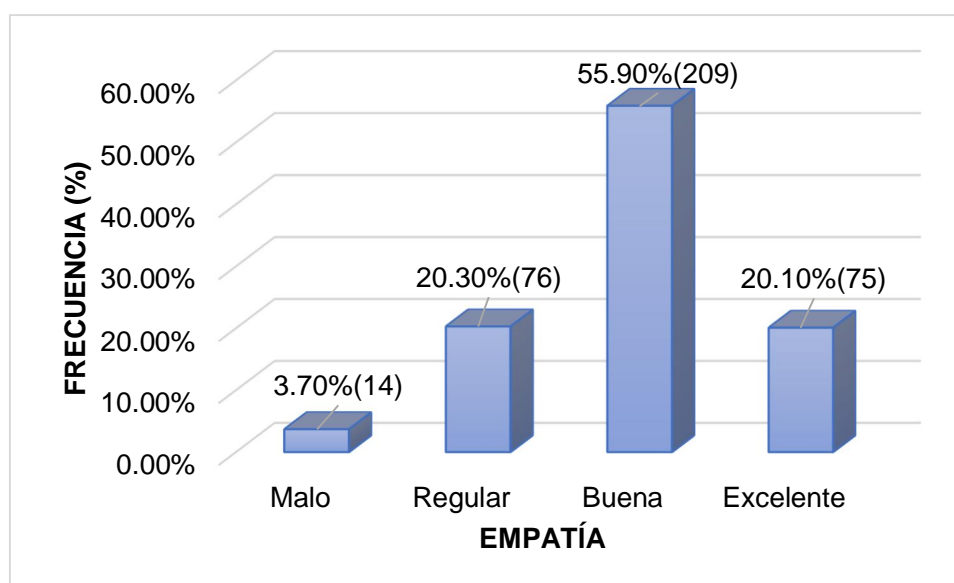
Según la Tabla N° 7 y Gráfica N°6 se muestra la frecuencia de los usuarios según la dimensión seguridad en los establecimientos farmacia y botica en el Mercado Pedro Vilcapaza, donde se observó que, de un total de 374 usuarios, el 48.1% (180) afirman que la seguridad es buena, el 30.7% (115) que es excelente, el 20.6% (77) indican que la seguridad es regular, mientras que el 0.5% (2) aseguran que la seguridad es mala.

**TABLA N° 8: CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA EMPATÍA
PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS
DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A
ABRIL-2021**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Malo	14	3.7	3.7
Regular	76	20.3	24.1
Buena	209	55.9	79.9
Excelente	75	20.1	100.0
Total	374	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización

**GRÁFICA N° 7: CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA EMPATÍA
PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS
DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A
ABRIL-2021**



Fuente: Matriz de Sistematización

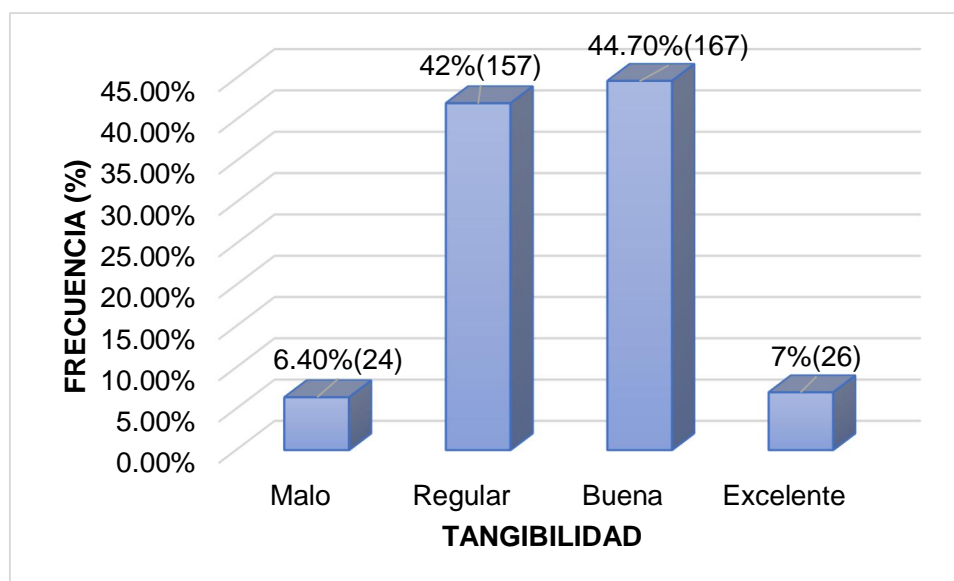
Según la Tabla N° 8 y Gráfica N° 7 se muestra la frecuencia de los usuarios según dimensión empatía en los establecimientos de farmacias y boticas en el Mercado Pedro Vilcapaza, donde se observó que, de un total de 374 usuarios, el 55.9% (209) afirman que la empatía es buena, el 20.1% (75) que es excelente, el 20.3% (76) indican que la empatía es regular, mientras que el 3.7% (14) aseguran que la empatía es mala.

TABLA N° 9: CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA TANGIBILIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Malo	24	6.4	6.4
Regular	157	42.0	48.4
Buena	167	44.7	93.0
Excelente	26	7.0	100.0
Total	374	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización

GRÁFICA N° 8: CALIDAD DE ATENCIÓN RESPECTO A LA TANGIBILIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.



Fuente: Matriz de Sistematización

Según la Tabla N° 9 y Gráfica N° 8, se muestra la frecuencia de los usuarios según dimensión tangibilidad en los establecimientos farmacias y boticas en el Mercado Pedro Vilcapaza, donde se observó que, de un total de 374 usuarios, el 44.7% (167) afirman que la tangibilidad es buena, el 42% (157) que es regular, el 7% (26) aseguran que la seguridad es excelente, mientras que el 6.4% (24) indican que la tangibilidad es mala.

**TABLA N° 10: DETERMINAR LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN FARMACIAS
BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA,
MARZO A ABRIL-2021.**

CALIDAD DE ATENCIÓN	Establecimiento				Total	
	Botica		Farmacia		Fi	%
	Fi	%	Fi	%		
Malo	8	2.14%	0	0.00%	8	2.14%
Regular	127	33.96%	20	5.35%	147	39.30%
Buena	151	40.37%	55	14.71%	206	55.08%
Excelente	10	2.67%	3	0.80%	13	3.48%
Total	296	79.14%	78	20.86%	374	100.00%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla N° 10 muestra la calidad de atención en farmacias boticas del Mercado Pedro Vilcapaza 2021, donde se observó lo siguiente.

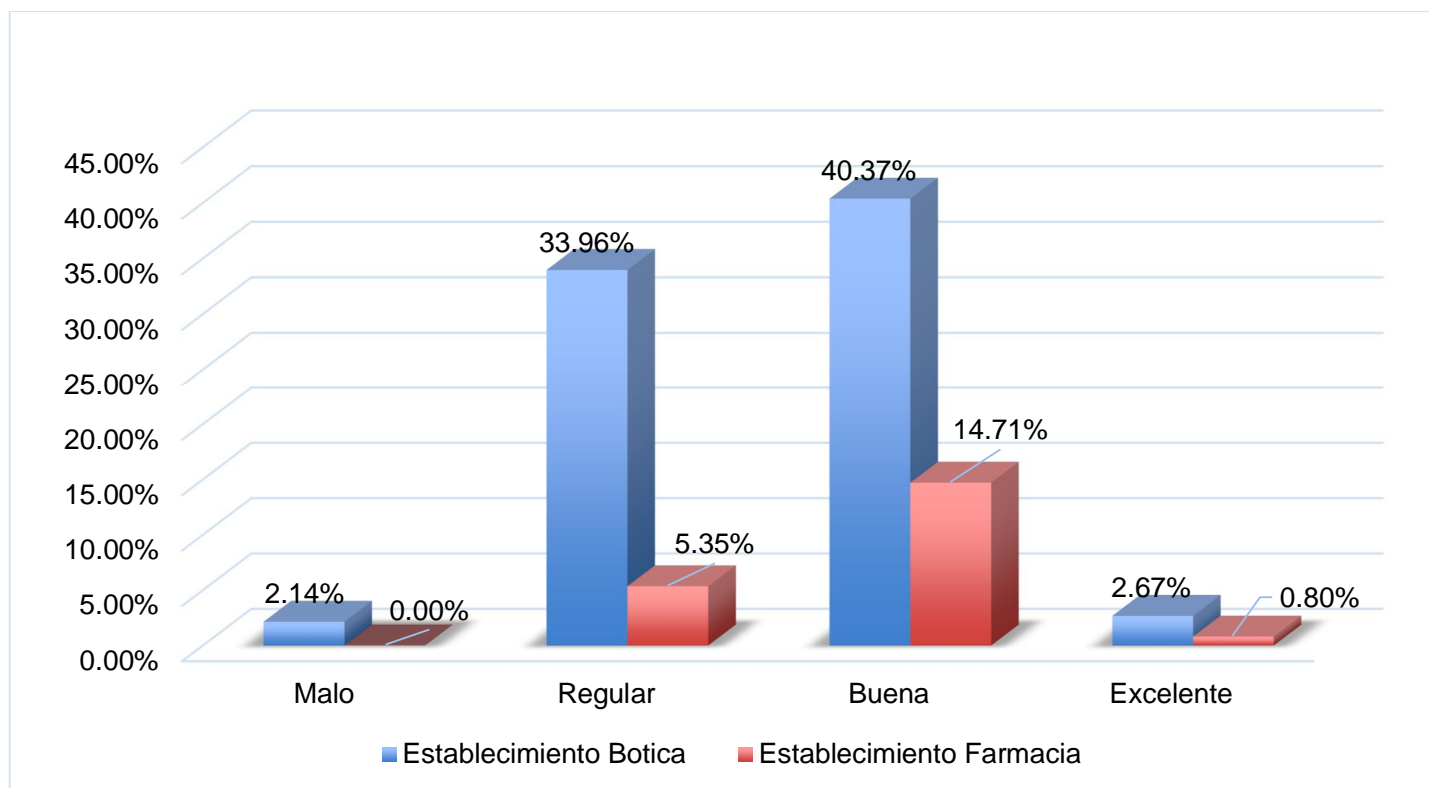
De 8 de los usuarios (el 2.14%) la calidad de atención es malo en las boticas y farmacias; 8 de los usuarios (el 2.14%) la calidad de atención es malo en las boticas.

De 147 de los usuarios (el 39.30%) la calidad de atención es regular en las boticas y farmacias; 127 de los usuarios (el 33.96%) la calidad de atención es regular en las boticas, 20 de los usuarios (el 5.35%) la calidad de atención es regular en las farmacias.

De 206 de los usuarios (el 55.08%) la calidad de atención es buena en las boticas y farmacias; 151 de los usuarios (el 40.37%) la calidad de atención es buenas en las boticas, 55 de los usuarios (el 14.71%) la calidad de atención es buenas en las farmacias.

De 13 de los usuarios (el 3.48%) la calidad de atención es excelente en las boticas y farmacias; 10 de los usuarios (el 2.67%) la calidad de atención es excelente en las boticas, 3 de los usuarios (el 0.80%) la calidad de atención es excelente en las farmacias.

GRÁFICA N° 9: DETERMINAR LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN FARMACIAS BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.



Fuente: Elaboración propia.

TABLA N° 11: DETERMINAR LA FIABILIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.

FIABILIDAD	Establecimiento				Total	
	Botica		Farmacia		Fi	%
	Fi	%	Fi	%		
Malo	4	1.07%	1	0.27%	5	1.34%
Regular	67	17.91%	12	3.21%	79	21.12%
Buena	156	41.71	39	10.43%	195	52.14%
Excelente	69	18.45%	26	6.95%	95	25.40%
Total	296	79.14%	78	20.86%	374	100.00%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla N° 11 muestra la fiabilidad percibida por los usuarios que acuden a farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza 2021, donde se observó lo siguiente.

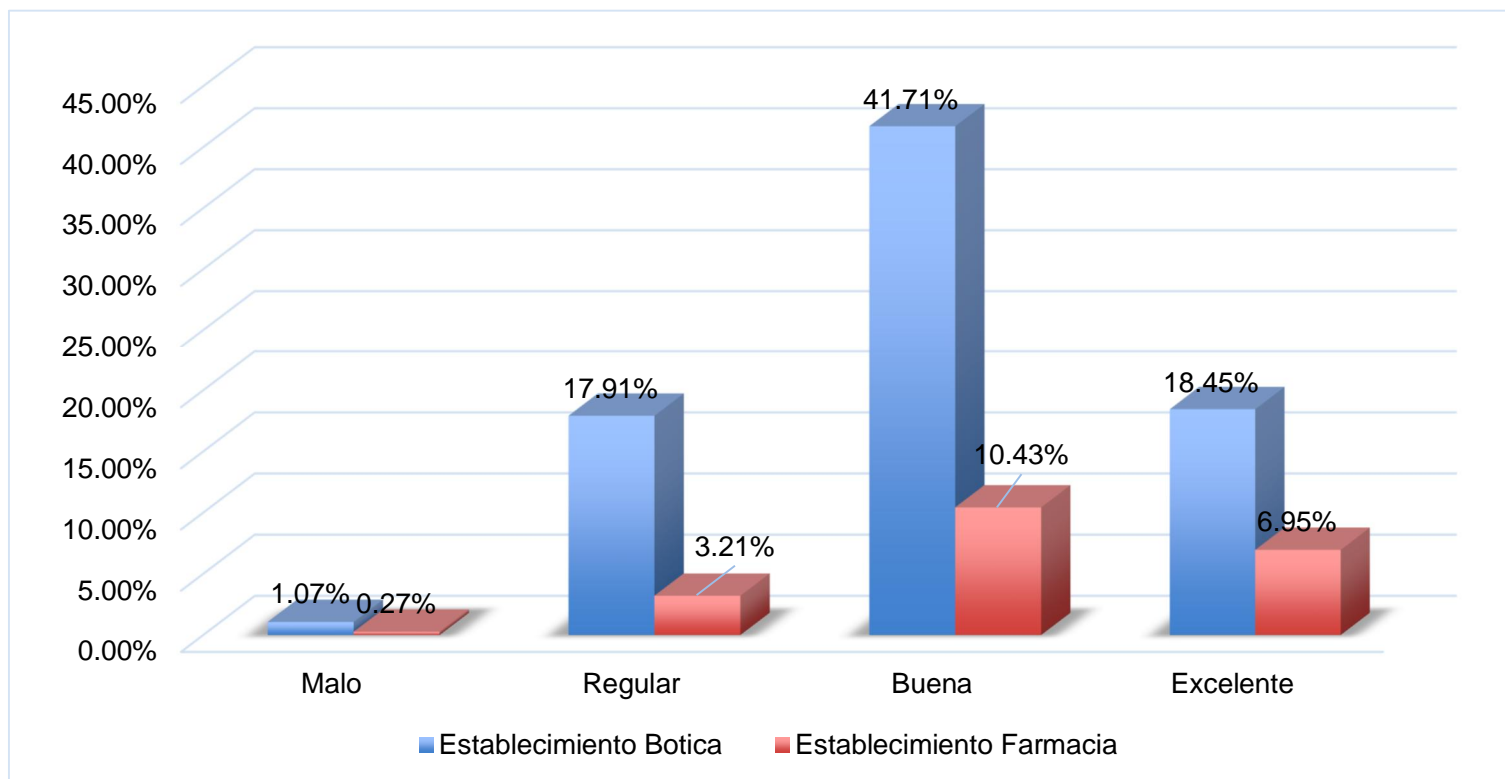
De 5 de los usuarios (el 1.34%) la fiabilidad percibida es malo en las boticas y farmacias; 4 de los usuarios (el 1.07%) la fiabilidad percibida es malo en las boticas, 1 usuario (el 0.27%) la fiabilidad percibida es malo en las farmacias.

De 79 de los usuarios (el 21.12%) la fiabilidad percibida es regular en las boticas y farmacias; 67 de los usuarios (el 17.91%) la fiabilidad percibida es regular en las boticas, 12 de los usuarios (el 3.21%) la fiabilidad percibida es regular en las farmacias.

De 195 de los usuarios (el 52.14%) la fiabilidad percibida es buena en las boticas y farmacias; 156 de los usuarios (el 41.71%) la fiabilidad percibida es buena en las boticas, 39 de los usuarios (el 10.43%) la fiabilidad percibida es buena en las farmacias.

De 95 de los usuarios (el 25.40%) la fiabilidad percibida es excelente en las boticas y farmacias; 69 de los usuarios (el 18.45%) la fiabilidad percibida es excelente en las boticas, 26 de los usuarios (el 6.95%) la fiabilidad percibida es excelente en las farmacias.

GRÁFICA N° 10: DETERMINAR LA FIABILIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.



Fuente: Elaboración propia.

**TABLA N° 12: DETERMINAR LA CAPACIDAD DE RESPUESTA POR LOS
USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO
PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.**

CAPACIDAD DE RESPUESTA	Establecimiento				Total	
	Botica		Farmacia		Fi	%
	Fi	%	Fi	%	Fi	%
Malo	6	1.60%	0	0.00%	6	1.60%
Regular	68	18.18%	11	2.94%	79	21.12%
Buena	153	40.91%	43	11.50%	196	52.41%
Excelente	69	18.45%	24	6.42%	93	24.87%
Total	296	79.14%	78	20.86%	374	100.00%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla N° 12 muestra la capacidad de respuesta por los usuarios que acuden a farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza 2021, donde se observó lo siguiente.

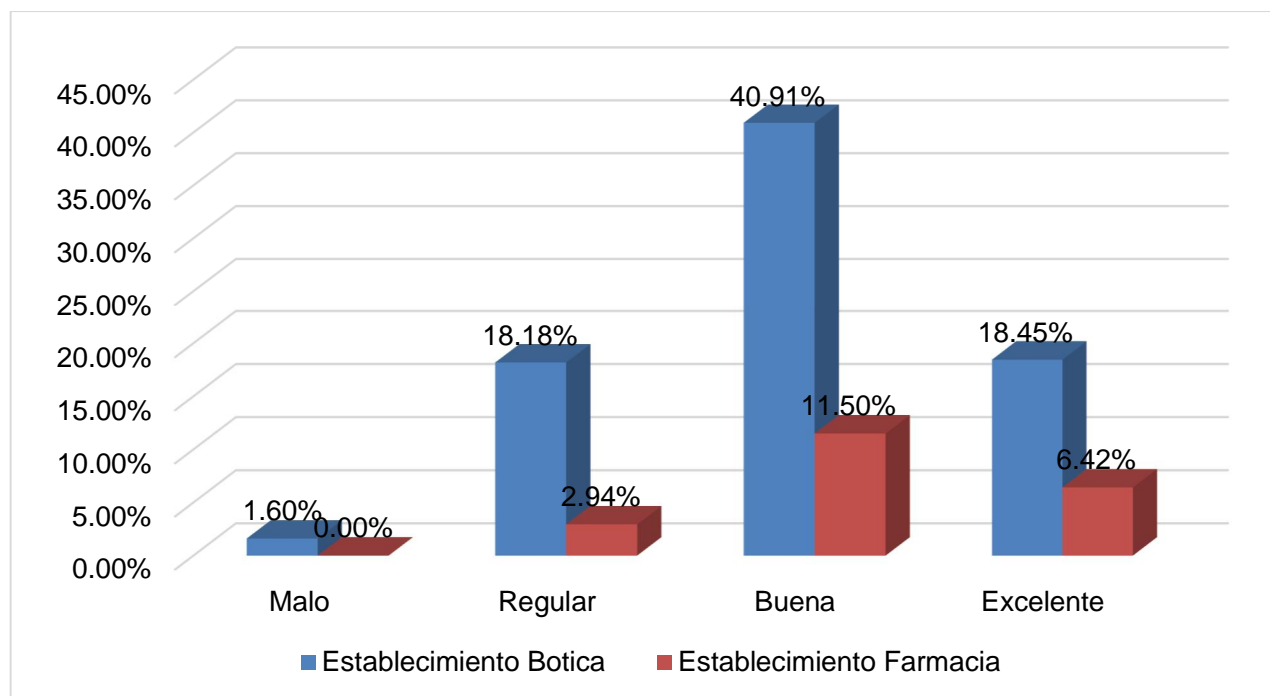
De 6 de los usuarios (el 1.60%) la capacidad de respuesta es malo en las boticas y farmacias; 6 de los usuarios (el 1.60%) la capacidad de respuesta es malo en las boticas.

De 79 de los usuarios (el 21.12%) la capacidad de respuesta es regular en las boticas y farmacias; 68 de los usuarios (el 18.18%) la capacidad de respuesta es regular en las boticas, 11 de los usuarios (el 2.94%) la fiabilidad percibida es regular en las farmacias.

De 196 de los usuarios (el 52.41%) la capacidad de respuesta es buena en las boticas y farmacias; 153 de los usuarios (el 40.91%) la capacidad de respuesta es buena en las boticas, 43 de los usuarios (el 11.50%) la capacidad de respuesta es buena en las farmacias.

De 93 de los usuarios (el 24.87%) la capacidad de respuesta es excelente en las boticas y farmacias; 69 de los usuarios (el 18.45%) la capacidad de respuesta es excelente en las boticas, 24 de los usuarios (el 6.42%) la capacidad de respuesta es excelente en las farmacias.

GRÁFICA N° 11 DETERMINAR LA CAPACIDAD DE RESPUESTA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.



Fuente: Elaboración propia.

**TABLA N° 13: DETERMINAR LA SEGURIDAD PERCIBIDA POR LOS
USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO
PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.**

SEGURIDAD	Establecimiento				Total	
	Botica		Farmacia		Fi	%
	Fi	%	Fi	%		
Malo	2	0.53%	0	0.00%	2	0.53%
Regular	68	18.18%	9	2.41%	77	20.59%
Buena	141	37.70%	39	10.43%	180	48.13%
Excelente	85	22.73%	30	8.02%	115	30.75%
Total	296	79.14%	78	20.86%	374	100.00%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla N° 13 muestra la seguridad percibida por los usuarios que acuden a farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza, donde se observó lo siguiente.

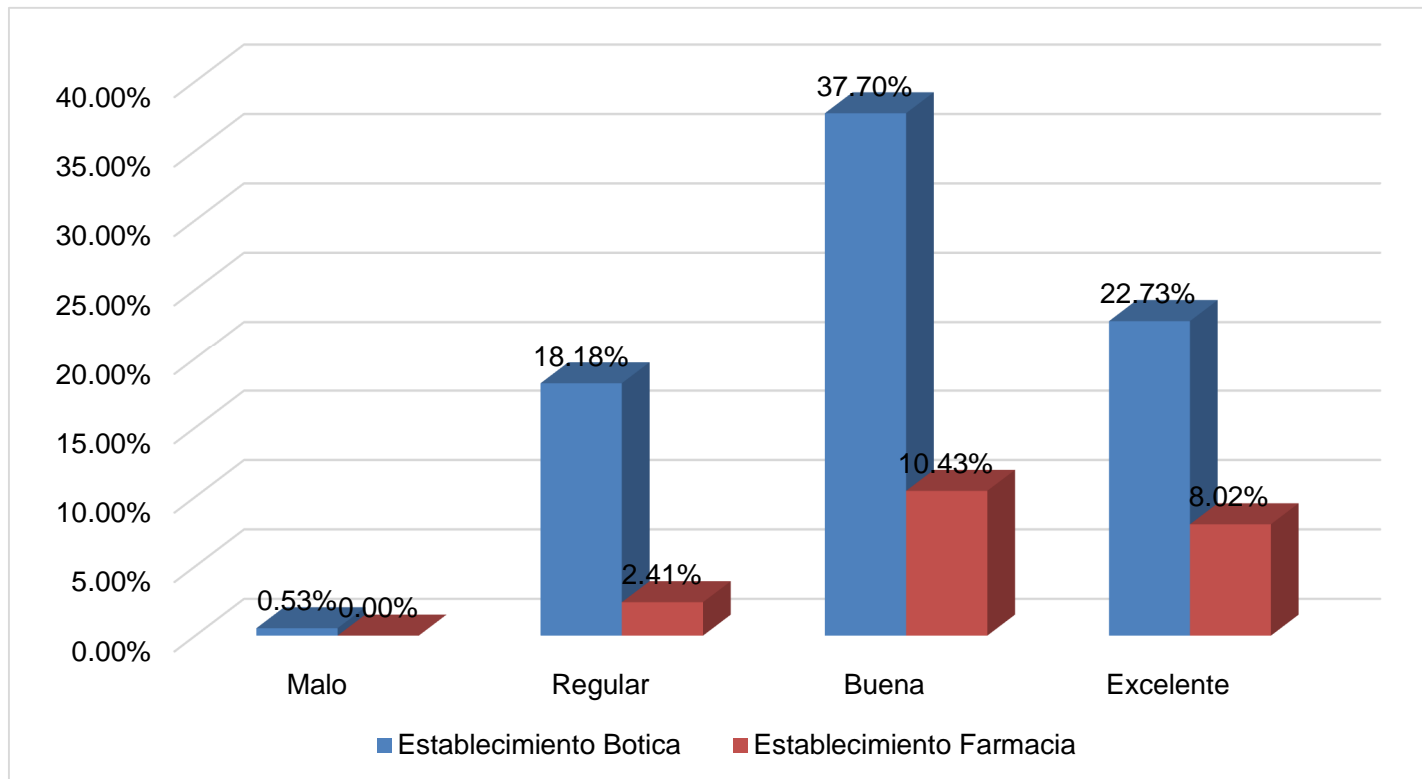
De 2 de los usuarios (el 0.53%) la seguridad percibida es malo en las boticas y farmacias; 2 de los usuarios (el 0.53%) la seguridad percibida es malo en las boticas.

De 77 de los usuarios (el 20.59%) la seguridad percibida es regular en las boticas y farmacias; 68 de los usuarios (el 18.18%) la seguridad percibida es regular en las boticas, 9 de los usuarios (el 2.41%) la seguridad percibida es regular en las farmacias.

De 180 de los usuarios (el 48.13%) la seguridad percibida es buena en las boticas y farmacias; 141 de los usuarios (el 37.70%) la seguridad percibida es buena en las boticas, 39 de los usuarios (el 10.43%) la seguridad percibida es buena en las farmacias.

De 115 de los usuarios (el 30.75%) la capacidad de respuesta es excelente en las boticas y farmacias; 85 de los usuarios (el 22.73%) la seguridad percibida es excelente en las boticas, 30 de los usuarios (el 8.02%) la seguridad percibida es excelente en las farmacias.

GRÁFICA N° 12: DETERMINAR LA SEGURIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.



Fuente: Elaboración propia

TABLA N° 14: DETERMINAR LA EMPATÍA PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.

EMPATIA	Establecimiento				Total	
	Botica		Farmacia		Fi	%
	Fi	%	Fi	%		
Malo	13	3.48%	1	0.27%	14	3.74%
Regular	64	17.11%	12	3.21%	76	20.32%
Buena	167	44.65%	42	11.23%	209	55.88%
Excelente	52	13.90%	23	6.15%	75	20.05%
Total	296	79.14%	78	20.86%	374	100.00%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla N° 14 muestra la empatía percibida por los usuarios que acuden a farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza, donde se observó lo siguiente.

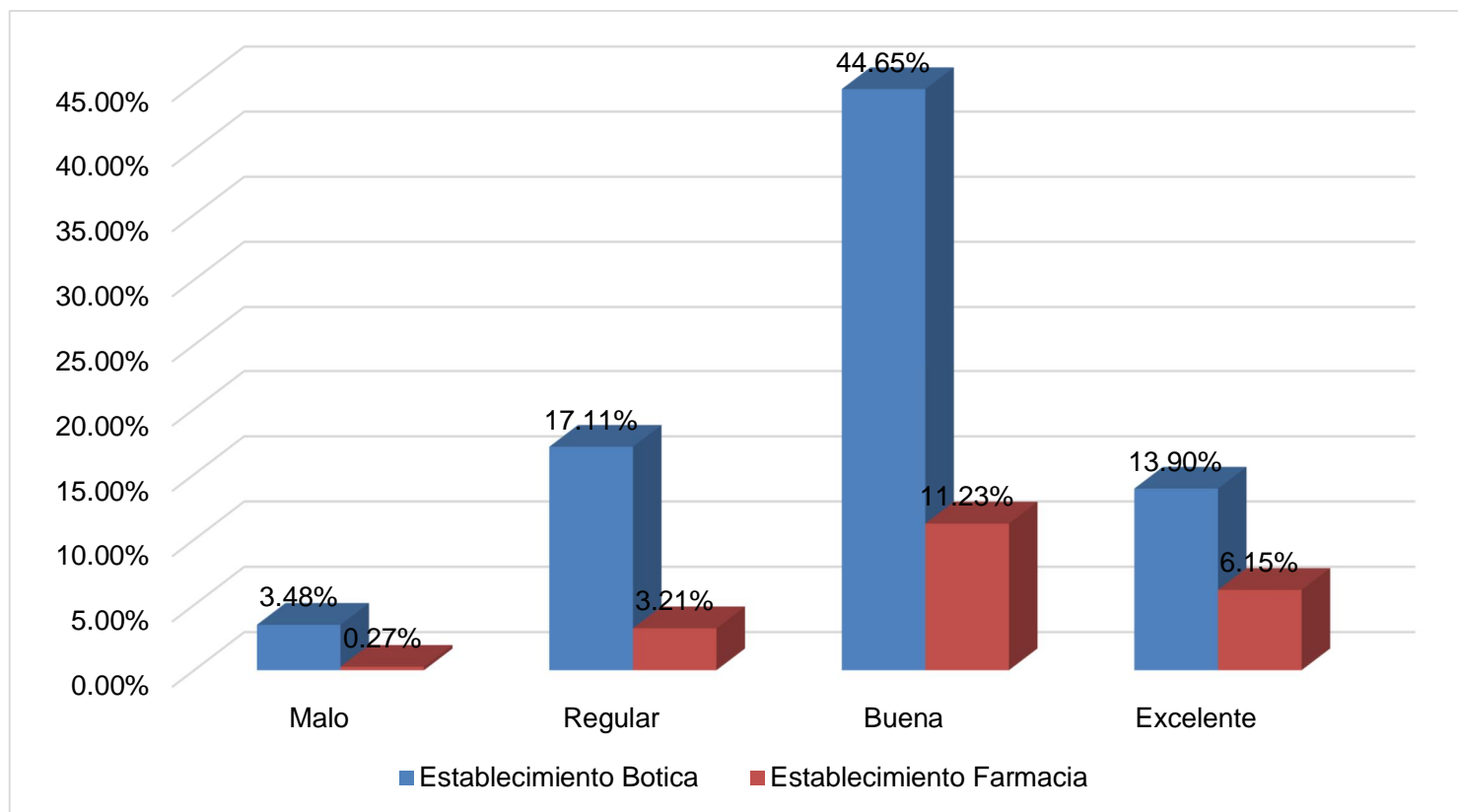
De 14 de los usuarios (el 3.74%) la empatía percibida es malo en las boticas y farmacias; 13 de los usuarios (el 3.48%) la empatía percibida es malo en las boticas, 1 de usuario (el 0.27%) la empatía percibida es malo en las farmacias.

De 76 de los usuarios (el 20.32%) la empatía percibida es regular en las boticas y farmacias; 64 de los usuarios (el 17.11%) la empatía percibida es regular en las boticas, 12 de los usuarios (el 3.21%) la empatía percibida es regular en las farmacias.

De 209 de los usuarios (el 55.88%) la empatía percibida es buena en las boticas y farmacias; 167 de los usuarios (el 44.67%) la empatía percibida es buena en las boticas, 42 de los usuarios (el 11.23%) la empatía percibida es buena en las farmacias.

De 75 de los usuarios (el 20.05%) la empatía percibida es excelente en las boticas y farmacias; 52 de los usuarios (el 13.90%) la empatía percibida es excelente en las boticas, 23 de los usuarios (el 6.15%) la empatía percibida es excelente en las farmacias.

GRÁFICA N° 13: DETERMINAR LA EMPATÍA PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.



Fuente: Elaboración propia

TABLA N° 15: DETERMINAR LA TANGIBILIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.

TANGIBILIDAD	Establecimiento				Total	
	Botica		Farmacia		Fi	%
	Fi	%	Fi	%		
Malo	21	5.61%	3	0.80%	24	6.42%
Regular	135	36.10%	22	5.88%	157	41.98%
Buena	123	32.89%	44	11.76%	167	44.65%
	17	4.55%	9	2.41%	26	6.95%
Total	296	79.14%	78	20.86%	374	100.00%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla N° 15 muestra la tangibilidad percibida por los usuarios que acuden a farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza, donde se observó lo siguiente.

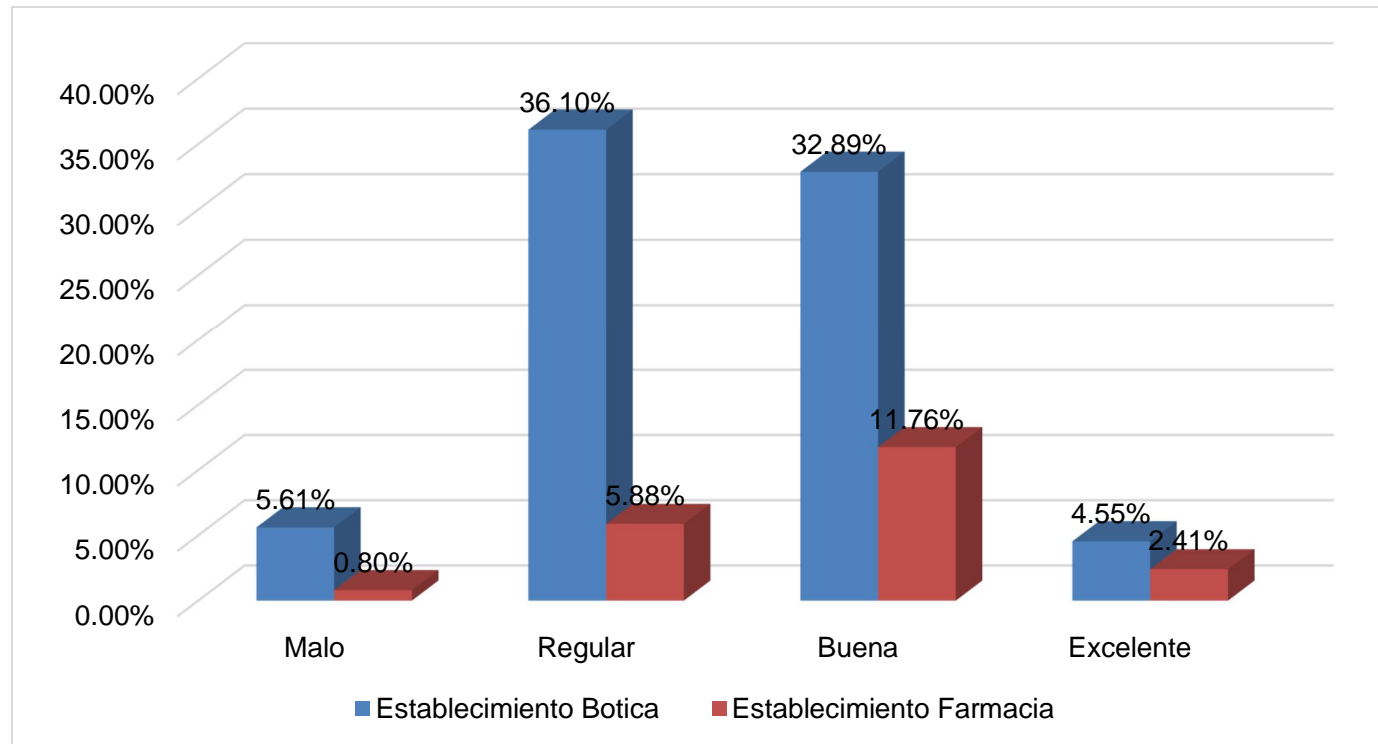
De 24 de los usuarios (el 6.42%) la tangibilidad percibida es malo en las boticas y farmacias; 21 de los usuarios (el 5.61%) la tangibilidad percibida es malo en las boticas, 3 de usuarios (el 0.80%) la tangibilidad percibida es malo en las farmacias.

De 157 de los usuarios (el 41.98%) la tangibilidad percibida es regular en las boticas y farmacias; 135 de los usuarios (el 36.10%) la tangibilidad percibida es regular en las boticas, 22 de los usuarios (el 5.88%) la tangibilidad percibida es regular en las farmacias.

De 167 de los usuarios (el 44.65%) la tangibilidad percibida es buena en las boticas y farmacias; 123 de los usuarios (el 32.89%) la tangibilidad percibida es buena en las boticas, 44 de los usuarios (el 11.76%) la tangibilidad percibida es buena en las farmacias.

De 26 de los usuarios (el 6.95%) la tangibilidad percibida es excelente en las boticas y farmacias; 17 de los usuarios (el 4.55%) la tangibilidad percibida es excelente en las boticas, 9 de los usuarios (el 2.41%) la tangibilidad percibida es excelente en las farmacias.

GRÁFICA N° 14: DETERMINAR LA TANGIBILIDAD PERCIBIDA POR LOS USUARIOS QUE ACUDEN A FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL-2021.



Fuente: Elaboración propia

IV. DISCUSIÓN

4.1. Discusión de resultados

La investigación realizada tuvo como resultado que la calidad de atención en los establecimientos farmacias y las boticas del mercado Pedro Vilcapaza, el 40.37% es Buena la Atención en las boticas, el 14.71% la atención es excelente en farmacias., Existe relación significativa; resultados que compararemos con los resultados de los presentados por nuestros antecedentes, para evaluar si los resultados encontrados concuerdan o no, ya sea con los antecedentes internacionales y nacionales.

Nuestros resultados presentan contradicción con los resultados presentados por Caicedo, Marlon (2016), donde encontraron que hay una satisfacción media, los clientes no están totalmente satisfechos, existiendo temas como la cortesía, la gentileza, el interés por escuchar los requerimientos de los clientes, la receta completa, que no han sido calificados como totalmente satisfactorios, los cuales afectan a la calidad en la atención, por lo tanto las expectativas del cliente no están totalmente cubiertas; se encontró de igual manera contradicción de los resultados encontrados con López, Karen (2019), donde encontraron que hay brechas de insatisfacción, las cuales se dieron en un 90% y en un 10% satisfacción por parte de los clientes. La brecha más negativa se dio en la dimensión de fiabilidad y empatía, esto conforme a los antecedentes internacionales.

En cuanto a los antecedentes nacionales podemos indicar que, encontramos contradicción con los resultados presentados por Caruajulca, Rocio J. (2020), donde mostraron que existen relación entre la Calidad de atención farmacéutica y Satisfacción al cliente ($p=0,00$); asimismo, en su mayoría los clientes que acuden a la botica Rocío presentan un calidad de atención farmacéutica excelente (59,7%), y una Satisfacción al Cliente muy satisfechos (59,2%); por su parte, en relación a las dimensiones de la Calidad de atención farmacéutica, en su mayoría se presenta una calidad excelente en las dimensiones de Seguridad (49,0%), Empatía (50,0%) y Tangibilidad (50,0%), y una calidad buena en las dimensiones de Fiabilidad (50,5%) y Capacidad de respuesta (48,0%); y en la Satisfacción al cliente, muy satisfechos en las dimensiones Humanística (55,2%), Tecnológica-Científica (54,1%) y Entorno (61,7%).

4.2. Conclusiones

Para la determinación de la calidad de atención en farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza, ciudad de Juliaca, marzo a abril-2021, se llegó a las siguientes conclusiones.

- La fiabilidad percibida por los usuarios que acuden a farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza, el 41.71% de la fiabilidad percibida es buena en las boticas mientras el 10.43% de la fiabilidad percibida es buena en las farmacias.
- En cuanto a la capacidad de respuesta por los usuarios que acuden a farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza, el 52.41% de la capacidad de respuesta es buena en las boticas y farmacias, el 40.91% de la capacidad de respuesta es buena en las boticas, mientras el 11.50% de la capacidad de respuesta es buena en las farmacias.
- Se determinó la seguridad percibida por los usuarios que acuden a farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza, el 48.13% de la seguridad percibida es buena en las boticas y farmacias; el 37.70% de la seguridad percibida es buena en las boticas, y el 10.43% de la seguridad percibida es buena en las farmacias.
- En cuanto a la empatía percibida por los usuarios que acuden a farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza, 55.88% de la empatía percibida es buena en las boticas y farmacias, el 44.67% de la empatía percibida es buena en las boticas, el 11.23% de la empatía percibida es buena en las farmacias.
- La tangibilidad percibida por los usuarios que acuden a farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza, el 44.65% DE la tangibilidad percibida es buena en las boticas y farmacias; el 32.89% de la tangibilidad percibida es buena en las boticas, el 11.76% de la tangibilidad percibida es buena en las farmacias.

4.3. Recomendaciones

Se recomienda al personal de las farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza de la ciudad de Juliaca, que sea capacitado por un químico farmacéutico en temas de atención al cliente, para que el servicio sea bueno y óptimo, y poder ser un establecimiento de prestigio.

El personal de salud que atiende en los establecimientos debería recibir capacitaciones por un químico farmacéutico que le permitan actualizarse en temas de salud, que ayuden a mejorar la resolución de dudas, inquietudes relacionadas al tratamiento o uso de medicamentos y otros.

Realizar investigaciones en diferentes zonas de la ciudad de Juliaca, para conocer la calidad de atención de farmacias y boticas, a fin de poder mejorar el servicio y con esto la calidad de vida de las personas.

Realizar futuras investigaciones que consideren al químico farmacéutico y al personal que brinda la atención en las farmacias y boticas, con el fin de conocer las debilidades del establecimiento y poderlas superar.

Implementar unidades de quejas, recomendaciones y reclamos, a través de un sistema de fácil acceso para los usuarios y de manera dinámica.

Mejorar el aspecto tangible de los establecimientos, mejorando la apariencia del personal farmacéutico, la organización de la estantería según áreas y la iluminación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Fresle D, Wolfheim C. Educación al público en uso racional de medicamentos Ginebra. 1997..
2. Correira S, Miranda F. Análisis de un hospital de la zona 2010. 2010; 10(2).
3. Cespedes Y, Cortes A. Validación de un instrumento para medir la percepción de la calidad de los servicios farmacéuticos del sistema público de salud de Costa Rica. Rev. Costa Rica de Salud Pública. 2011; 20(2).
4. Alvarado C. Características de la automedicación en estudiantes de la Facultad de Farmacia y Bioquímica- UNAP- Iquitos 2013. Tesis de pregrado. Perú: Universidad Nacional de la Amazonia, Iquitos; 2013.
5. Jimenes L, Baez R. Metodología para la evaluación de la calidad en instituciones de atención primaria de salud. Rev. Cuba Salud Pública. 1996; 22(1).
6. Arroyo J. Percepción de la calidad de atención de los usuarios de consulta externa del puesto de salud de Huacrapuquio del distrito de Chilca en el periodo Agosto, Setiembre y Octubre del 2014. Tesis de pregrado. Perú: Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo; 2015.
7. Castellano S, Gonzales P. Calidad de servicio en farmacias tradicionales y de autoservicio: Estudio de caso. Rev. Venez. Gerenc. 2010; 15(52).
8. Garcia E. La gestión de la calidad en un Servicio de Farmacia Hospitalaria. Una visión general. Rev. Soc. Andaluza Far. Hosp. 2005; 1(1).
9. Zeithalm V. Calidad total en la gestión de servicios. 1993..
10. Robledo M. Modelos de medición de la calidad de servicio: su aplicación a empresas de transporte aéreo. Economía y Dirección de la Empresa. 2004; 147(72).
11. Bofill A, Lopez R. Calidad del servicio en la farmacia Reparto Iglesias de Matanzas según percepción de los usuarios. Rev. Medisur. 2016; 14(3).

12. Hernandez C, Jimenez J. Evaluación de la calidad del servicio de farmacias San Nicolás. Tesis de pregrado. El salvador: Universidad tecnologica de el salvador, San Salvador; 2013.
13. Huaman A. atisfacción de los usuarios atendidos en la cadena de boticas Mifarma de la Zona 15 de Huaycán, Ate – Lima, 2016. Tesis de pregrado. Peru: Universidad Privada Norbert Wiener, Lima; 2016.
14. Quispe L. Nivel de calidad de atención según el usuario que acude al servicio de farmacia central del Hospital IV Alberto Sabogal Sologuren – Essalud. Tesis de grado. Peru: Universida Privada Norbert Wiener, Lima; 2013.
15. Pari , Valer E. ivel de atención según el usuario que acude al servicio de farmacia del centro de atención primaria III Independencia Essalud durante el mes de marzo del año 2012. Tesis de grado. Peru: Universidad Privada Norbert Wiener, Lima; 2012.
16. Caicedo MF. La calidad en la atención y su efecto en la satisfacción del cliente de la cadena de farmacias franquiciadas cruz azul de la ciudad de ambato. Tesis de pregrado. Ecuador: Universidad tecnica de Ambato, Ambato; 2016.
17. López KM. Evaluación A La Calidad Del Servicio De Atención En La Farmacia Cruz Azul Del Cantón Archidona. Tesis de pregrado. Ecuador: Universidad Regional Autonoma de los Andes, Puyo; 2019.
18. Anrango KE. Análisis comparativo de la calidad de servicio y satisfacción del cliente en las farmacias independientes vs las de cadena en el dmq. administración eloy alfaró periodo 2018-2019. Tesis de pregrado. Ecuador: Tecnológico Superior Cordillera, Quito; 2019.
19. Calidad de atención farmacéutica y satisfacción del cliente en la botica rocio, san juan de lurigancho.2020. Tesis de pregrado. Peru: Universidad Maria Auxiliadora, Lima; 2020.
20. Barrientos JD. Calidad de atención y satisfacción del usuario del servicio de farmacia del Centro de Salud Laura Caller-Los Olivos, 2018. Tesis de pregrado. Peru : Universidad Cesar Vallejo, Lima; 2018.

21. Barzola ML. Nivel de satisfacción y calidad en la atención del usuario de la farmacia de consulta externa del hospital iii de emergencias grau essalud. julio - setiembre 2018. Tesis de pregrado. Peru: Universidad Norbert Wiener, Lima; 2019.
22. Hernandez R, Fernandez C, Baptista MDP. Metodologia de la investigación Mexico: Interamericana Editores. S.A.; 2014.

ANEXOS

Anexo A: Matriz de consistencia.

CALIDAD DE ATENCION EN FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL – 2021						
PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	CRITERIOS DE VALORACION	INSTRUMENTO
Problema general	Objetivo general			-Atención sin discriminación. -Atención por orden de llegada. -Atención según horario de atención. -Existencia de un libro de reclamos. -Stock de medicamentos recetados.	1 (muy malo) 2 (malo) 3 (regular) 4 (buena) 5 (excelente)	Ficha de entrevista
¿Cuál es la calidad de atención en farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza, ciudad de Juliaca 2021?	Determinar la calidad de atención en farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza, ciudad de Juliaca 2021		Fiabilidad			

		V.1. Calidad de atención	Capacidad de respuesta	-Atención rápida y eficaz. -Solución inmediata. -Ofrecimiento de alternativas adecuadas y eficaces. -Permanencia constante del personal que lo atiende. -Atención personalizada.	1 (muy malo) 2 (malo) 3 (regular) 4 (buena) 5 (excelente)	
Problemas específicos	Objetivos específicos			Seguridad	-La atención es confidencial para cada usuario. -Revisión minuciosa de la receta. -Capacidad del personal para respetar sus puntos de vista. -Personal de le inspira confianza.	1 (muy malo) 2 (malo) 3 (regular) 4 (buena) 5 (excelente)
¿Cual es la calidad de atención respecto a la fiabilidad percibida por los usuarios que acuden a	Determinar la calidad de atención respecto a la fiabilidad percibida por los usuarios que acuden a					

<p>farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza?</p> <p>¿Cuál es la calidad de atención respecto a la capacidad de respuesta percibida por los usuarios que acuden a farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza?</p>	<p>farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza.</p> <p>-Determinar la calidad de atención respecto a la capacidad de respuesta percibida por los usuarios que acuden a farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza.</p>		<p>Empatía</p>	<p>-Trato amable y respetuoso.</p> <p>-Información útil para su tratamiento.</p> <p>-Impacto visual del servicio en cuanto a estado emocional del paciente.</p> <p>-Resolución de dudas e inquietudes relacionadas al tratamiento o uso de medicamentos</p>	<p>1 (muy malo)</p> <p>2 (malo)</p> <p>3 (regular)</p> <p>4 (buena)</p> <p>5 (excelente)</p>	
<p>farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza?</p> <p>¿Cuál es la calidad de atención respecto</p>	<p>farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza.</p> <p>Determinar la calidad de atención respecto</p>		<p>Tangibilidad</p>	<p>-Señalización adecuada.</p> <p>-Ambiente pulcro y mobiliario adecuado.</p> <p>-Presentación o apariencia del personal que atiende es adecuada.</p>	<p>1 (muy malo)</p> <p>2 (malo)</p> <p>3 (regular)</p> <p>4 (buena)</p> <p>5 (excelente)</p>	

<p>a la seguridad percibida por los usuarios que acuden a farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza?</p> <p>¿Cuál es la calidad de atención respecto a la empatía percibida por los usuarios que acuden a farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza?</p>	<p>a la seguridad percibida por los usuarios que acuden a farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza.</p> <p>Determinar la calidad de atención respecto a la empatía percibida por los usuarios que acuden a farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza</p>			<p>-Ambiente adecuado para consulta farmacológica especializada (dispensación farmacéutica)</p>		
--	---	--	--	---	--	--

<p>¿Cuál es la calidad de atención respecto a la tangibilidad percibida por los usuarios que acuden a farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza?</p>	<p>Determinar la calidad de atención respecto a la tangibilidad percibida por los usuarios que acuden a farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza.</p>					
--	--	--	--	--	--	--

Anexo B: Operacionalización de variables

VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	VALOR FINAL	VALOR
Calidad de atención	Según su naturaleza es Cuantitativo	La calidad en la atención al cliente son servicios de asistencia que se les brinda para mejorar su estado de salud, en la que influyen los conocimientos brindados por el profesional en la atención y llegar a una	Es una escala de medición de la calidad percibida en el servicio que miden las cinco dimensiones de la calidad no directamente observables (fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad) a través de un número de ítems,	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Atención sin discriminación. - Atención por orden de llegada. - Atención según horario de atención. - Existencia de un libro de reclamos. - Stock de medicamentos recetados. 	1 2 3 4 5	1 (muy malo) 2 (malo) 3 (regular) 4 (buena) 5 (excelente)	Por mejorar
				Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> - Atención rápida y eficaz. - Solución inmediata - Ofrecimiento de alternativas adecuadas y eficaces. - Permanencia constante del personal que lo atiende. - Atención personalizada 	6 7 8 9	1 (muy malo) 2 (malo) 3 (regular) 4 (bueno) 5 (excelente)	En proceso
				Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> - La atención es confidencial para cada usuario. - Revisión minuciosa de la receta. 	10 11 12 13	1 (muy malo) 2 (malo) 3 (regular) 4 (bueno) 5 (excelente)	Aceptable

		calidad optima	mediante una escala de tipo Likert de cinco puntos de respuesta con rango de 1 a 5 (1 significa «muy malo» y 5 indica «excelente»).		<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad del personal para respetar sus puntos de vista. - Personal que le inspira confianza. 			
				Empatía	<ul style="list-style-type: none"> - Trato amable y respetuoso. - Información útil para su tratamiento. - Impacto visual del servicio en cuanto a estado emocional del paciente. - Resolución de dudas e inquietudes relacionadas al tratamiento o uso de medicamentos 	14 15 16 17 18	1 (muy malo) 2 (malo) 3 (regular) 4 (bueno) 5 (excelente)	
				Tangibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - señalización adecuada. - Ambiente pulcro y mobiliario adecuado - Presentación o apariencia del personal que atiende es adecuada. - Ambiente adecuado para consulta farmacológica especializada (dispensación farmacéutica). 	19 20 21 22	1 (muy malo) 2 (malo) 3 (regular) 4 (bueno) 5 (excelente)	

Anexo C: Instrumentos de recolección de datos

ENCUESTA 01:

CALIDAD DE ATENCIÓN EN FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, ENERO A MARZO – 2021

Estimado usuario, el presente cuestionario es parte de una investigación cuya finalidad es medir la calidad de atención que brindan las farmacias y boticas del mercado Pedro Vilcapaza. La información que nos brinde será estrictamente confidencial. Para lo cual le solicitamos amablemente responder las preguntas del cuestionario con honestidad, responsabilidad y veracidad.

I. INSTRUCCIONES

Marcar con un "X" del 1 al 5 según la atención que recibe en la botica o farmacia:

MUY MALO (1), MALO (2), REGULAR (3), BUENO (4) EXCELENTE (5)

II. DATOS GENERALES:

BOTICA () FARMACIA () Edad: _____

SEXO: Masculino () Femenino ()

INSTRUCCION: Primaria () Secundaria () Superior () OTROS ()

		PREGUNTAS		1	2	3	4	5
01	F	¿Usted fue atendido sin diferencia alguna en relación a otras personas?						
02	F	¿Su atención se realizó en orden y respetando el orden de llegada?						
03	F	¿Los horarios de atención de la farmacia/botica son adecuados y facilitan la atención?						
04	F	¿Cuándo usted quiso presentar alguna queja o reclamo, el establecimiento contó con mecanismos para atenderlo?						
05	F	¿La farmacia/ botica contó con los medicamentos que usted solicitó?						

06	CR	¿La atención en el área de caja fue rápida?							
07	CR	¿La atención en el área de despacho fue rápida?							
08	CR	¿Qué le pareció el tiempo que usted espero para ser atendido?							
09	CR	¿Cuándo usted presento algún problema o dificultad se resolvió inmediatamente?							
10	S	¿Durante su atención se respetó su privacidad?							
11	S	¿El personal que le atendió contó con el conocimiento para responder su consulta?							
12	S	¿El personal que le atendió, le brindo el tiempo suficiente para contestar sus dudas o preguntas?							
13	S	¿El personal que le atendió le inspiró confianza?							
14	E	¿El personal que le atendió lo escuchó atentamente y trato con amabilidad, respeto y paciencia?							
15	E	¿El personal de caja, le trato con amabilidad, respeto y paciencia?							
16	E	¿El personal de despacho le trato con amabilidad, respeto y paciencia?							
17	E	¿Usted comprendió la explicación que le brindo el personal sobre su estado de salud?							
18	E	¿Usted comprendió la explicación que el personal le brindo sobre la forma de tomar sus medicamentos, horarios, tiempo y reacciones adversas?							
19	AT	¿Los afiches, propagandas u ofertas sobre productos farmacéuticos influyeron en su compra o lo orientaron?							
20	AT	¿La farmacia/botica se encontró limpia, cómoda y acogedora; contaron con bancas o sillas para su comodidad?							
21	AT	¿El personal de la farmacia/botica esta adecuadamente uniformado e identificado?							
22	AT	¿La farmacia/botica donde fue atendido contó con equipos (computadoras, estantes/vidriería) disponibles y los materiales necesarios para su atención?							

Anexo D: Consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yoidentificado con DNI N° manifiesto que deseo participar de la investigación realizada en la ciudad de **JULIACA**, la que lleva por título: **CALIDAD DE ATENCION EN FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL – 2021**; investigación que está a cargo de:

- QUISPE YANA, Diana Marizol bachiller de la Facultad de FARMACIA Y BIOQUÍMICA.
- SUCAPUCA MAMANI, Vianey de la Rosa bachiller de la Facultad de FARMACIA Y BIOQUÍMICA.

Investigación que está siendo realizada para la **UNIVERSIDAD MARÍA AUXILIADORA**

Confirmando que he sido informado oportunamente sobre los objetivos, procedimientos, importancia de la investigación, fines del trabajo, así como también de los riesgos, con los que he aclarado todas mis dudas, y acepto participar voluntariamente de la investigación.

En fe de lo expresado, firmo conforme.

.....

Nombre:

DNI:

Anexo E: Validación de instrumentos

Lima, 29 de marzo de 2021

Dr. John Eloy Ponce Pardo.
Docente
Universidad María Auxiliadora

Solicito: Validación de instrumento de investigación

Es grato dirigimos a usted para saludarlo cordialmente y a la vez manifestarle que, actualmente somos Bachilleres candidatos al Título Profesional de Químico Farmacéutico y estamos desarrollando nuestro proyecto de tesis titulado "CALIDAD DE ATENCIÓN EN FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL - 2021"; cuyo objetivo es DETERMINAR LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA 2021.

Conocedores de su experiencia y trayectoria profesional en el ámbito de las ciencias farmacéuticas, pedimos a usted su colaboración en calidad de experto para la fase de validación del instrumento como Anexo C.

Asimismo, adjuntamos la portada del proyecto de tesis, Anexo A: operacionalización de variables y el Anexo B: instrumentos para recolección de datos.

Esperamos contar con su entusiasta participación, nos despedimos con grato aprecio y consideración.

Atentamente,



QUISPE YANA, Diana Marizol
DNI: 73104850



SUCAPUCA MAMANI, Vianey de la
Rosa
DNI: 76011042

Anexo C: Validación de instrumentos de recolección de datos

**UNIVERSIDAD MARÍA AUXILIADORA
FACULTAD DE CIENCIAS DE SALUD
Escuela Profesional de Farmacia y Bioquímica**

FICHA DE VALIDACIÓN

Nombre del instrumento de evaluación	SERVQUAL modificada de "la guía técnica para la evaluación de la satisfacción del usuario externo en los establecimientos de salud y servicios médicos de apoyo".
Tesistas	- QUISPE YANA, Diana Marizol - SUCAPUCA MAMANI, Vlaney de la Rosa
Título de Investigación: CALIDAD DE ATENCIÓN EN FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL – 2021.	

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Después de revisado el instrumento, es valiosa su opinión acerca de lo siguiente:

PREGUNTAS PARA EL EVALUADOR	Menos de 50	50	60	70	80	90	100
1. ¿En qué porcentaje estima usted que con esta prueba se logrará el objetivo propuesto?	()	()	()	()	()	()	(x)
2. ¿En qué porcentaje considera que los ítems están referidos a los conceptos del tema?	()	()	()	()	()	(x)	()
3. ¿Qué porcentaje de los ítems planteados son suficientes para lograr los objetivos?	()	()	()	()	()	()	(x)
4. ¿En qué porcentaje, los ítems de la prueba son de fácil comprensión?	()	()	()	()	()	(x)	()
5. ¿En qué porcentaje los ítems siguen una secuencia lógica?	()	()	()	()	()	()	(x)
6. ¿En qué porcentaje valora usted que con esta prueba se obtendrán datos similares en otras muestras?	()	()	()	()	()	(x)	()

II. SUGERENCIAS

- ¿Qué ítems considera usted que deberían agregarse?

- ¿Qué ítems considera usted que podrían eliminarse?

- ¿Qué ítems considera usted que deberían reformularse o precisarse mejor?

Fecha: 31 de marzo de 2021

Validado por: Mg. John Eloy Ponce Pardo.

Firma:



Lima, 29 de marzo de 2021

Dr. Enrique Montánchez Mercado
Docente
Universidad María Auxiliadora

Solicito: Validación de instrumento de investigación

Es grato dirigirnos a usted para saludarlo cordialmente y a la vez manifestarle que, actualmente somos Bachilleres candidatos al Título Profesional de Químico Farmacéutico y estamos desarrollando nuestro proyecto de tesis titulado **"CALIDAD DE ATENCIÓN EN FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL - 2021"**; cuyo objetivo es DETERMINAR LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA 2021.

Conocedores de su experiencia y trayectoria profesional en el ámbito de las ciencias farmacéuticas, pedimos a usted su colaboración en calidad de experto para la fase de validación del instrumento como Anexo C.

Asimismo, adjuntamos la portada del proyecto de tesis, Anexo A: operacionalización de variables y el Anexo B: instrumentos para recolección de datos.

Esperamos contar con su entusiasta participación, nos despedimos con grato aprecio y consideración.

Atentamente,



QUISPE YANA, Diana Marizol
DNI: 73104650

Anexo C: Validación de instrumentos de re



SUCAPUCA MAMANI, Vianey de
la Rosa

DNI: 76011042

UNIVERSIDAD MARÍA AUXILIADORA
FACULTAD DE CIENCIAS DE SALUD
Escuela Profesional de Farmacia y Bloquímica

FICHA DE VALIDACIÓN

Nombre del instrumento de evaluación	SERVQUAL modificada de "la guía técnica para la evaluación de la satisfacción del usuario externo en los establecimientos de salud y servicios médicos de apoyo".
Tesistas	- QUISPE YANA, Diana Marizol - SUCAPUCA MAMANI, Vianey de la Rosa
Título de investigación: CALIDAD DE ATENCIÓN EN FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL – 2021.	

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Después de revisado el instrumento, es valiosa su opinión acerca de lo siguiente:

PREGUNTAS PARA EL EVALUADOR	Menos de 50	50	60	70	80	90	100
1. ¿En qué porcentaje estima usted que con esta prueba se logrará el objetivo propuesto?	()	()	()	()	()	(X)	()
2. ¿En qué porcentaje considera que los ítems están referidos a los conceptos del tema?	()	()	()	()	()	(X)	()
3. ¿Qué porcentaje de los ítems planteados son suficientes para lograr los objetivos?	()	()	()	()	()	(X)	()
4. ¿En qué porcentaje, los ítems de la prueba son de fácil comprensión?	()	()	()	()	()	()	(X)
5. ¿En qué porcentaje los ítems siguen una secuencia lógica?	()	()	()	()	()	(X)	()
6. ¿En qué porcentaje valora usted que con esta prueba se obtendrán datos similares en otras muestras?	()	()	()	()	()	()	(X)

I. SUGERENCIAS

- ¿Qué ítems considera usted que deberían agregarse?
NINGUNO
- ¿Qué ítems considera usted que podrían eliminarse?
NINGUNO.
- ¿Qué ítems considera usted que deberían reformularse o precisarse mejor?
NINGUNO

Fecha: 30 de marzo de 2021

Validado por: Mg. Enrique MONTANCHEZ Mercado



Lima, 29 de marzo de 2021

Dr. Edgard Luis Costilla García
Docente
Universidad María Auxiliadora

Solicito: Validación de instrumento de investigación

Es grato dirigirnos a usted para saludarlo cordialmente y a la vez manifestarle que, actualmente somos Bachilleres candidatos al Título Profesional de Químico Farmacéutico y estamos desarrollando nuestro proyecto de tesis titulado **"CALIDAD DE ATENCIÓN EN FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL - 2021"**; cuyo objetivo es DETERMINAR LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA 2021.

Conocedores de su experiencia y trayectoria profesional en el ámbito de las ciencias farmacéuticas, pedimos a usted su colaboración en calidad de experto para la fase de validación del instrumento como Anexo C.

Asimismo, adjuntamos la portada del proyecto de tesis, Anexo A: operacionalización de variables y el Anexo B: instrumentos para recolección de datos.

Esperamos contar con su entusiasta participación, nos despedimos con grato aprecio y consideración.

Atentamente,



QUISPE YANA, Diana Marizol
DNI: 73104650



**SUCAPUCA MAMANI, Vianey de
la Rosa**

DNI: 76011042

Anexo C: Validación de instrumentos de recolección de datos

**UNIVERSIDAD MARÍA AUXILIADORA
FACULTAD DE CIENCIAS DE SALUD
Escuela Profesional de Farmacia y Bioquímica**

FICHA DE VALIDACIÓN

Nombre del instrumento de evaluación	SERVQUAL modificada de "la guía técnica para la evaluación de la satisfacción del usuario externo en los establecimientos de salud y servicios médicos de apoyo".
Tesistas	- QUISPE YANA, Diana Marizol - SUCAPUCA MAMANI, Vianey de la Rosa
Título de investigación: CALIDAD DE ATENCIÓN EN FARMACIAS Y BOTICAS DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA, CIUDAD DE JULIACA, MARZO A ABRIL – 2021.	

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Después de revisado el instrumento, es valiosa su opinión acerca de lo siguiente:

PREGUNTAS PARA EL EVALUADOR	Menos de 50	50	60	70	80	90	100
1. ¿En qué porcentaje estima usted que con esta prueba se logrará el objetivo propuesto?	()	()	()	()	()	()	(X)
2. ¿En qué porcentaje considera que los ítems están referidos a los conceptos del tema?	()	()	()	()	()	()	(X)
3. ¿Qué porcentaje de los ítems planteados son suficientes para lograr los objetivos?	()	()	()	()	()	()	(X)
4. ¿En qué porcentaje, los ítems de la prueba son de fácil comprensión?	()	()	()	()	()	()	(X)
5. ¿En qué porcentaje los ítems siguen una secuencia lógica?	()	()	()	()	()	()	(X)
6. ¿En qué porcentaje valora usted que con esta prueba se obtendrán datos similares en otras muestras?	()	()	()	()	()	()	(X)

II. SUGERENCIA

- ¿Qué ítems considera usted que deberían agregarse?
Ninguna
- ¿Qué ítems considera usted que podrían eliminarse?
Ninguna
- ¿Qué ítems considera usted que deberían reformularse o precisarse mejor?
Ninguna

Fecha: 30 de marzo de 2021

Validado por: Dr. Edgard Luis Costilla García



EDGARD LUIS COSTILLA GARCÍA
QUÍMICO FARMACÉUTICO
C. O. F. P. 11324

Firma:

Anexo F: Evidencias fotográficas del trabajo de campo (Diana Marizol Quispe Yana)









**Anexo G: Evidencias fotográficas del trabajo de campo (Vianey de la Rosa
Sucapuca Mamani)**







