

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA



Satisfacción y calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral, San Juan de Lurigancho, 2025

Para optar el título profesional de:
QUÍMICO FARMACÉUTICO

PRESENTADO POR:
Bach. Josefina RAYMUNDO ORE

ASESORA:
Mg. Q.F. Cinthia GAVILÁN ZAMORA

AYACUCHO - PERÚ

2026

A mis padres, por sus palabras y apoyo constante durante mi formación profesional; para mi hijo, es mi motivo de inspiración.

AGRADECIMIENTOS

Para la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, mi *alma mater*, por haberme brindado la formación académica y profesional.

Para la Facultad de Ciencias de la Salud y a sus catedráticos, por la valiosa enseñanza, orientación y permanente contribución a mi desarrollo académico y profesional.

Para QF-Farmacia Magistral, por brindar y facilitar sus instalaciones para la ejecución de la investigación.

Para mi asesora Mg. Q.F. Cintia Gavilán Zamora, por sus valiosas recomendaciones para el desarrollo del estudio.

ÍNDICE GENERAL

	Página
RESUMEN	xv
ABSTRACT	xvii
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO II. DESARROLLO DE LA PERSPECTIVA TEÓRICA	3
2.1. Marco Referencial	3
2.1.1. <i>Antecedentes Internacionales</i>	3
2.1.2. <i>Antecedentes Nacionales</i>	5
2.1.3. <i>Antecedentes Locales</i>	6
2.2. Marco Teórico	8
2.2.1. <i>Teorías de la Calidad</i>	8
2.2.2. <i>Calidad de Atención en el Usuario</i>	8
2.2.3. <i>Modelo SERVPERF (Service Performance)</i>	9
2.2.4. <i>Dimensiones del Modelo SERVPERF</i>	10
2.2.5. <i>Teoría de la Satisfacción</i>	11
2.2.6. <i>Satisfacción del Usuario</i>	12
2.2.7. <i>Dimensiones de la Satisfacción</i>	13
2.2.8. <i>La Calidad en Relación con la Satisfacción</i>	14
2.3. Marco Conceptual	14
2.4. Marco Ético y Legal	15
CAPÍTULO III. MATERIALES Y MÉTODOS	17
3.1. Alcance de Investigación	17
3.2. Diseño de Investigación	17
3.3. Unidad de Análisis	17
3.4. Población de Estudio	17
3.5. Muestra	17
3.6. Criterios de Selección	18
3.6.1. <i>Criterios de Inclusión</i>	18
3.6.2. <i>Criterios de Exclusión</i>	18
3.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	18
3.7.1. <i>Técnica de Recolección de Datos</i>	18
3.7.2. <i>Instrumento de Recolección de Datos</i>	18

3.7.3. <i>Prueba de Validez</i>	20
3.7.4. <i>Cálculo de la Confiabilidad</i>	20
3.7.5. <i>Inicio del Registro</i>	20
3.8. Análisis de Datos	20
3.9. Consideraciones Éticas	21
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	23
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN	29
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES	35
CAPÍTULO VII. RECOMENDACIONES	37
BIBLIOGRAFÍA	39
ANEXOS	45

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Puntuación correspondiente al cuestionario 1: calidad de atención percibida	19
Tabla 2. Escala aplicada al cuestionario 1: calidad de atención percibida	19
Tabla 3. Puntuación correspondiente al cuestionario 2: satisfacción del usuario	19
Tabla 4. Escala aplicada al cuestionario 2: satisfacción del usuario	19
Tabla 5. Correlación entre la satisfacción y calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral, del distrito de San Juan de Lurigancho, 2026	25
Tabla 6. Correlación entre las dimensiones de satisfacción y calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho, 2026	28

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho, 2026	26
Figura 2. Satisfacción percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho, 2026	27

ÍNDICE DE ANEXOS

	Página
Anexo 1. Matriz de definición y operacionalización de variables	47
Anexo 2. Matriz de definición y operacionalización de variables (continuación)	48
Anexo 3. Consentimiento informado	49
Anexo 4. Cuestionario 1: Calidad de atención percibida	50
Anexo 5. Cuestionario 2: Satisfacción del usuario	52
Anexo 6. Constancia del juicio de expertos	53
Anexo 7. Análisis del V de Aiken	59
Anexo 8. Cálculo de la confiabilidad-Alfa de Cronbach	61
Anexo 9. Carta de autorización	62
Anexo 10. Recolección de información en QF Farmacia Magistral Sede SJL	63
Anexo 11. Frecuencias de la variable calidad y sus dimensiones	64
Anexo 12. Frecuencias de la variable satisfacción y sus dimensiones	65
Anexo 13. Prueba de normalidad de las variables	66
Anexo 14. Correlación de Spearman de la variable calidad y satisfacción	67
Anexo 15. Correlación de Spearman de los indicadores de las variables calidad y satisfacción	68
Anexo 16. Matriz de consistencia	74
Anexo 17. Matriz de consistencia (continuación)	75

RESUMEN

Un componente clave en la evaluación de la calidad es el bienestar del usuario, además de ser un indicador de la confianza en el sistema de salud. Por lo consiguiente, el estudio presentó como objetivo determinar la relación entre la satisfacción y la calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral, ubicada en el distrito de San Juan de Lurigancho. Fue un estudio cuantitativo, con diseño descriptivo-correlacional con una muestra de 384 usuarios. Para la recolección de datos se utilizó la encuesta, empleando un cuestionario estructurado en dos secciones: la primera, orientada en la medición de la calidad de atención percibida a través de 5 dimensiones; la segunda, evaluó la satisfacción del usuario a través de 4 dimensiones. Respecto a la validación se realizó mediante juicio de expertos y la confiabilidad por medio del coeficiente alfa de Cronbach, obteniendo $\alpha=0,944$ para el primer cuestionario y $\alpha=0,917$ para el segundo. Los resultados evidenciaron una correlación alta entre las variables de estudio ($Rho=0,728$; $p<0,01$). Respecto a la calidad de atención alcanzó un nivel alto (96,6%), e igual que la satisfacción del usuario (98,2%), con un nivel moderado el 1,8%. Por su parte la correlación entre las dimensiones osciló en 0,575 y 0,946 ($p<0,01$), evidenciando asociaciones con una magnitud moderada a muy alta. Se concluye, ambas variables presentan nivel elevados y mantienen una relación significativa en la población estudiada.

Palabras clave: Calidad, satisfacción, usuario.

ABSTRACT

A key component in quality assessment is user well-being, which is also an indicator of trust in the healthcare system. Therefore, this study aimed to determine the relationship between satisfaction and perceived quality of care among users of QF Farmacia Magistral, located in the San Juan de Lurigancho district. It was a quantitative study with a descriptive-correlational design and a sample of 384 users. Data was collected using a survey with a structured questionnaire divided into two sections: the first measuring perceived quality of care across five dimensions, and the second assessing user satisfaction across four dimensions. Validation was established through expert judgment, and reliability was determined using Cronbach's alpha coefficient, yielding $\alpha=0,944$ for the first questionnaire and $\alpha=0,917$ for the second. The results showed a high correlation between the study variables ($Rho=0,28$; $p<0,01$). Regarding the quality of care, it reached a high level (96,6%), as did user satisfaction (98,2%), with only 1,8% at a moderate level. The correlation between the dimensions ranged from 0,575 to 0,946 ($p<0,01$), demonstrating associations of moderate to very high magnitude. In conclusion, both variables exhibit high levels and maintain a significant relationship in the studied population.

Keywords: Quality, satisfaction, user.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Una conceptualización reciente según la Organización Mundial de la Salud (OMS) menciona a la calidad de atención como el grado en que los servicios de salud brindados a individuos y poblaciones contribuyen a la mejora de su capacidad para elevar o mantener su condición de vida; por lo tanto, la calidad mencionada se vincula directamente con la efectividad de las intervenciones sanitarias destinadas al bienestar de las personas (Torres *et al.*, 2024).

La satisfacción y/o bienestar de los usuarios constituye un componente esencial en la evaluación de la calidad de atención, también es un indicador relevante del nivel de confianza en el sistema de salud. Por lo tanto, se ha evidenciado que la reducción del tiempo de espera, se vincula con mayores niveles de satisfacción en los usuarios. Concluyendo, que la calidad de atención y la satisfacción del usuario son considerados dimensiones fundamentales en la gestión de los servicios de salud, por su influencia en la adherencia del tratamiento, confianza y por su puesto en la continuidad del uso de los servicios (Arévalo, 2023). Por otra parte, en el ámbito de los servicios farmacéuticos, los elementos mencionados adquieren una relevancia especial, no solo en la relación con la dispensación de los medicamentos, también en aspectos relacionados en la orientación profesional y el trato humanizado, estos indicadores inciden directamente en la percepción de manera global del usuario respecto al servicio percibido.

La satisfacción del usuario es definida como el grado en que los servicios de salud cumplen o superen sus expectativas, constituyéndose en un indicador clave de la calidad de atención. Para su respectiva evaluación, se utilizan herramientas como el modelo SERVPERF, que mide de manera objetiva la calidad en función de la percepción del usuario. La información recabada permite a las organizaciones de salud mejorar su capacidad de respuesta frente a las necesidades y expectativas de los usuarios (Echevarría y Bravo, 2024; Luna y Torres, 2022).

El distrito de San Juan de Lurigancho, uno de los distritos más grandes de Lima Metropolitana, la demanda de los servicios farmacéuticos se ha incrementado considerablemente, como consecuencia del crecimiento demográfico y la amplia

disponibilidad de establecimientos farmacéuticos privados. En este contexto QF Farmacia Magistral se muestra como una institución orientada a brindar la atención personalizada y de calidad a los usuarios; pero, a partir de observaciones preliminares y retroalimentación proporcionada por los clientes, se ha podido reconocer determinados niveles de insatisfacción asociados al tiempo de espera, amabilidad del personal y la claridad de información proporcionada respecto a los tratamientos. En consecuencia, dichos eventos evidenciaron la necesidad de realizar una evaluación de la relación entre la satisfacción del usuario y la calidad de atención percibida, con el propósito de generar mejoras estratégicas que contribuyan al fortalecimiento del servicio farmacéutico brindado. En tal sentido se planteó como problema general:

¿Existe relación entre la satisfacción y la calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho?

Objetivo general:

Determinar la relación entre la satisfacción y calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del Distrito de San Juan de Lurigancho.

Objetivos específicos:

- Determinar la calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho.
- Determinar la satisfacción percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho.
- Determinar la relación entre las dimensiones de satisfacción y calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho.

CAPÍTULO II. DESARROLLO DE LA PERSPECTIVA TEÓRICA

2.1. Marco Referencial

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Morales y Gómez (2022) investigaron la “*Calidad de atención durante el control prenatal en la unidad de salud Vicentina*”. La investigación presentó como objetivo, evaluar la calidad de atención durante el control prenatal en la unidad de salud Vicentina. Se empleó la metodología de enfoque cuantitativo, de corte transversal. El instrumento de recolección fue basado en el modelo Service Quality (SERVQUAL). La muestra estuvo conformada por 100 gestantes. En los resultados se evidenció una relación significativa entre la calidad de atención brindada y la percepción de las gestantes. En las dimensiones se evidenciaron niveles de satisfacción en fiabilidad (51,2%), seguridad (60,5%), empatía (52,6%) y aspectos tangibles (65,5%). En conclusión, se identificó una calidad de atención prenatal como buena, con una media de satisfacción de 52,26%. Sin embargo, se identificó ciertas dimensiones que necesitan ser fortalecidas, porque presentaron menores niveles de satisfacción.

Yépez *et al.* (2021) investigaron la “*Calidad de atención percibida y grado de satisfacción de usuarios del Centro de Salud Nobol durante la pandemia de COVID-19*”. Se plantearon como propósito, determinar la calidad de atención percibida y grado de satisfacción de los usuarios del Centro de Salud, durante el periodo de COVID-19. Se desarrolló una investigación cuantitativa, de corte transversal. La información se recolectó mediante la técnica de la encuesta aplicado a los usuarios. Los resultados evidenciaron una satisfacción de 60,09%. También se determinó niveles de satisfacción en las diferentes dimensiones: fiabilidad (58,4%), capacidad de respuesta (58,1%), seguridad (71,3%), empatía (72,9%) y aspectos tangibles (85,7%). También identificaron asociaciones significativas entre la satisfacción en las dimensiones de empatía ($p=0,002$) y aspectos tangibles ($p=0,001$) con el nivel de instrucción de los usuarios. En conclusión, el Centro de Salud Nobol presentó un nivel de satisfacción alto respecto a la atención percibida por los usuarios, registrando un porcentaje superior al 60%.

Cayuela *et al.* (2019) investigaron la “*Calidad asistencial percibida y satisfacción de las personas sordas con la atención primaria de un área de salud de la Región de Murcia*”. El objetivo fue describir la calidad asistencial percibida y el nivel de satisfacción respecto a los servicios de Atención Primaria del Área de Salud II de Cartagena. Se desarrollo un estudio observacional, descriptivo de corte transversal. El instrumento empleado fue un cuestionario que fue aplicado a la población estudiada. Se evidenció que la profesionalidad y el trato humano proporcionado por el personal médico y administrativo fueron asimilados como deficientes, pero la atención brindada por el personal de enfermería fue catalogada como favorable. En conclusión, los hallazgos refieren la necesidad de adaptar los servicios de atención en salud dirigidos a este colectivo con necesidades especiales, con el fin de garantizar una atención sanitaria de mejor calidad, que mejoren el acceso y la continuidad de la atención de las personas sordas dentro del sistema sanitario.

Vásquez *et al.* (2018) determinaron la “*Satisfacción del paciente en el primer nivel de atención médica*”. La investigación presentó como objetivo, determinar el nivel de satisfacción percibida por los usuarios respecto a la presentación de los servicios en una unidad de primer nivel de atención médica. Se desarrolló bajo un estudio descriptivo, de corte transversal. La muestra fueron 395 pacientes, a quienes se les aplicó una encuesta estructurada bajo el modelo Service Performance (SERVPERF). Los resultados mostraron una satisfacción del 65% en la consulta con el médico familiar, un 74% en la atención brindada por el personal de enfermería, 59% con el personal no sanitario, 82% con elementos tangibles, 65% en accesibilidad. En conclusión, se determinó una satisfacción de los usuarios de la atención recibida en la unidad de salud que supera los 60%.

Gerónimo *et al.* (2017) investigaron la “*Calidad de servicio en la consulta externa de un Centro de Salud urbano de Tabasco*”. Se plantearon como objetivo, determinar el nivel de satisfacción del usuario respecto de la calidad de atención del servicio de consulta externa del Centro de Tabasco. Se desarrolló un estudio descriptivo, de corte transversal. Se utilizo la encuesta y como instrumento un cuestionario basado en el modelo SERVQUAL. Se evidenció que el 8,5% de los pacientes estuvieron satisfechos con la calidad de atención. Por otra parte, las dimensiones de seguridad y empatía presentaron los más altos índices de calidad con medias de 39,53 y 37,41 respectivamente. En conclusión, lograron identificar un bajo

porcentaje de usuarios satisfechos respecto a la calidad del servicio en el establecimiento de salud.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Aliaga y Mesías (2024) investigaron la “*Calidad de atención farmacéutica y satisfacción del cliente con la atención brindada en la Botica ROSSI II de la urbanización Filadelfia, San Martín de Porres, Lima*”. Se plantearon como objetivo, determinar la relación entre la calidad de atención farmacéutica y la satisfacción del cliente de la atención brindada por la “Botica Rossi II”. Desarrolló un estudio cuantitativo, correlacional de corte transversal. La muestra fueron 278 usuarios a las cuales se les aplicó una encuesta. Evidenció una calidad de atención de nivel alto (80,6%), por su parte la satisfacción del usuario presentó un nivel medio (71,2%). Respecto al análisis estadístico identificó una correlación positiva alta entre las variables, con un Rho de Spearman de 0,748 con una significancia de $p=0,000$. En conclusión, se demostró una relación directa entre la calidad de atención farmacéutica y la satisfacción del usuario en la Botica Rossi II.

Bañez (2023) investigó la “*Calidad de atención y satisfacción percibida por el usuario de las boticas del distrito de San Martín de Porres, Lima*”. Se planteó como objetivo, determinar la relación entre la calidad de atención y la satisfacción percibida por los usuarios de las boticas del distrito de San Martín de Porres. Se desarrolló un estudio cuantitativo, correlacional, de corte transversal. La muestra fueron 384 usuarios a las cuales se les aplicó una encuesta. Determinó que la calidad de atención presentó un nivel medio (52,1%), la satisfacción del usuario también presentó un nivel medio (43,2%). El análisis inferencial demostró una correlación positiva alta entre las variables, con un Rho de Spearman de 0,813 y una significancia de $p=0,000$. En conclusión, se determinó la existencia de una relación directa y significativa entre la calidad de atención y la satisfacción percibida por los usuarios de las oficinas farmacéuticas del distrito de San Martín de Porres, Lima.

Zegarra y Cruz (2023) investigaron la “*Calidad de atención farmacéutica de los usuarios en la Botica Emifarma, Huancabamba-Piura*”. Se plantearon como objetivo determinar la relación entre la calidad de atención farmacéutica y la satisfacción de los usuarios de la Botica Emifarma. Realizó un estudio de diseño correlacional y de corte transversal. La muestra fueron 278 usuarios a las cuales se les aplicó una encuesta. El estudio evidenció una calidad de atención de nivel regular (51,8%), por su parte la satisfacción presentó un nivel medio (68,3%). El análisis inferencial demostró una

correlación positiva moderada entre las variables, con un Rho de Spearman de 0,416 ($p < 0,05$). En conclusión, se demostró una correlación directa y significativa entre la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios de la botica Emifarma.

Enciso (2021) investigó el *“Nivel de satisfacción y la calidad de atención percibida por el usuario externo en la cadena de Boticas AFJA”*. Se planteó como objetivo determinar la relación entre la satisfacción y la calidad de atención de los usuarios de la cadena de boticas AFJA. Desarrolló un estudio cuantitativo, correlacional de corte transversal. La muestra fueron 324 usuarios a las cuales se les aplicó una encuesta. Se evidenció que la satisfacción de los usuarios presentó un nivel medio (63,9%), por su parte la calidad de atención presentó un nivel alto (96,9%). El análisis inferencial demostró una correlación positiva baja entre las variables, con un Rho de Spearman de 0,15 ($p < 0,05$). En conclusión, se demostró una correlación directa y significativa entre la satisfacción y la calidad de atención percibida por los usuarios de la cadena de boticas AFJA.

Vargas y Yauris (2021) investigaron la *“Calidad de atención percibida y satisfacción del cliente frente al servicio farmacéutico recibido en los establecimientos farmacéuticos de la Av. Los Tusilagos, San Juan de Lurigancho”*. Se plantearon como objetivo, determinar la relación entre la satisfacción y la calidad de atención percibida por los usuarios de los establecimientos farmacéuticos de la Av. Los Tusilagos. Fue un estudio cuantitativo, de diseño correlacional. La muestra fueron 200 clientes a las cuales se les aplicó una encuesta. Los resultados evidenciaron una calidad de atención de nivel excelente (49%), por su parte el grado de satisfacción presentó una categoría de “muy satisfecho” (49%). El análisis inferencial demostró una correlación significativa entre las variables, con una significancia $p = 0,000$. En conclusión, se determinó una relación directa y significativa entre la satisfacción de los usuarios y la calidad de atención percibida en las oficinas farmacéuticas de la A. Los Tusilagos.

2.1.3. Antecedentes Locales

Galindo (2025) investigó la *“Calidad de atención y satisfacción de las madres en el consultorio crecimiento y desarrollo del niño menor de 5 años del Hospital de Apoyo San Miguel”*. Se planteó como objetivo, determinar la relación entre la calidad de atención y la satisfacción de las madres que acuden al consultorio de Crecimiento y Desarrollo (CRED) DEL Hospital de Apoyo San miguel. Fue un estudio descriptivo, correlacional. Empleó la técnica de la encuesta siguiendo el modelo SERVQUAL. Evidenció que el 60,5% se encontraron satisfechos con la atención percibida y el 39,5%

manifestaron estar insatisfechas. Por otra parte, se identificó una asociación significativa entre la satisfacción y las dimensiones de fiabilidad, seguridad y aspectos tangibles ($p < 0,05$). En conclusión, se logró determinar una correlación directa y significativa entre las dimensiones de la calidad y la satisfacción de las madres que fueron atendidos en el consultorio CRED del establecimiento de salud mencionado.

Tueros y Peralta (2024) investigaron la *“Calidad de atención y nivel de satisfacción en madres de niños que acuden al consultorio CRED del Puesto de Salud Iguain”*. Se plantearon como objetivo, determinar la satisfacción y la calidad de atención de las madres que acuden al CRED del Puesto de Salud Iguain. Fue un estudio correlacional, de corte transversal. El instrumento fue el cuestionario basado en el modelo SERVPERF. Se evidenció que el 78,3% de las madres manifestaron la calidad de atención como buena, solo el 11,3% lo calificaron como mala. Respecto a la satisfacción, el 63,2% mencionaron un nivel alto y un 25,5% un nivel medio. En conclusión, se determinó una relación positiva moderada entre las variables analizadas.

Sandoval (2022) investigó la *“Calidad de atención y satisfacción de los usuarios atendidos en los consultorios del centro de atención primaria. Metropolitano III, EsSalud”*. Se planteó como objetivo, determinar la relación entre la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios de los consultorios externos del Centro de Atención Primaria Metropolitana III EsSalud. Fue un estudio cuantitativo, correlacional, de corte transversal. Se aplicó una encuesta basada en el modelo SERVQUAL. Se evidenció que el 52,3% percibieron una calidad regular acerca de la atención recibida, por otra parte, el 60,2% manifestaron estar moderadamente satisfechos. También, identificó una correlación positiva moderada de ambas variables con un Rho de 0,470 ($p < 0,05$). En conclusión, los pacientes percibieron una calidad de atención regular y una satisfacción moderada de la atención brindada por el establecimiento de salud mencionado.

Huamaní (2021) investigó la *“Satisfacción del usuario externo y calidad de atención en el servicio de Medicina del Centro de Salud Totos-Cangallo”*. Se planteó como objetivo, determinar la relación de la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios del servicio de medicina del Centro de Salud Totos-Cangallo. Fue un estudio cuantitativo, correlacional. La muestra fueron 194 usuarios, a las cuales se les aplicó una encuesta. Evidenció una calidad de atención alta con 27,3%, por otra parte, el 16,49% manifestó una satisfacción alta. El análisis inferencial mostró una correlación positiva media de las variables con un Rho de Spearman de 0,596 ($p < 0,05$). En conclusión, se

demostró una correlación significativa entre la satisfacción de los usuarios y la calidad de atención en el consultorio mencionado del establecimiento de salud.

Pachas (2021) investigó la “*Calidad de atención y satisfacción en usuarias del servicio de Ginecobstetricia del Centro de Salud San Juan Bautista*”. Se planteó como objetivo, determinar la relación de la calidad de atención y el nivel de satisfacción de las usuarias del servicio de ginecoobstetricia del Centro de Salud San Juan Bautista. Fue un estudio cuantitativo, correlacional, de corte transversal. La muestra fueron 100 pacientes. Se evidenció una relación significativa entre las variables con ($p=0,001$). También, una relación significativa entre calidad de atención y sus dimensiones: fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta, empatía y aspectos tangibles ($p<0,05$). En conclusión, se evidenció una relación directa y significativa entre la satisfacción de las usuarias y la calidad de atención del servicio de ginecoobstetricia del mencionado establecimiento de salud.

2.2. Marco Teórico

2.2.1. Teorías de la Calidad

La calidad puede interpretarse de diversas perspectivas, entre las que destacan la trascendente, orientada al producto, al usuario, al valor, a la manufactura y al cliente. Por lo tanto, se evidencia que la calidad no puede definirse a partir de un único criterio de carácter universal, sino que su conceptualización se modifica y se adapta según el enfoque adoptado y el papel que desempeña dentro de cada organización (Díaz, 2019).

La calidad total y la cultura de mejora continua constituyen objetivos estratégicos de las organizaciones, orientados a incrementar el nivel de satisfacción de los usuarios de un determinado servicio, en concordancia de sus políticas internas. Entonces, la implementación de modelos de gestión de la calidad adquiere un carácter transformador, al aportar un valor agregado a los servicios ofrecidos. También, su aplicación repercute positivamente en la eficiencia organizacional, al promover el mejoramiento continuo, el control y la reingeniería de procesos, la optimización de los recursos disponibles, como también el incremento del desempeño y la productividad institucional (Chacón y Rugel, 2018).

2.2.2. Calidad de Atención en el Usuario

El enfoque encauzado al usuario define la calidad considerando no solo las necesidades y las expectativas de los usuarios, también el propósito y/o uso previsto del producto o del servicio. Por otra parte, la perspectiva basada en el valor explica la calidad en función de la relación entre los beneficios que ofrece el producto y su precio,

de modo que los consumidores tienden a evaluarla según los mayores beneficios obtenidos en relación con costos iguales o inferiores a los de la competencia. Además, la perspectiva de la manufactura asocia la calidad con el grado de cumplimiento de los estándares y especificaciones establecidas durante los procesos de producción y entrega de un producto o servicio, conforme al diseño original. Por último, el enfoque entrado en el cliente integra elementos de las perspectivas del producto y del usuario, incorporando además la necesidad de generar altos niveles de satisfacción mediante la superación de las expectativas del cliente (Díaz, 2019).

La calidad constituye un elemento transcendental para el éxito de las organizaciones en el mercado. Por lo cual, se sostiene que cuando un cliente evalúa la calidad de un servicio, lo realiza en función de un patrón interno previamente formado antes de la experiencia del servicio, la cual se configura como la base de sus expectativas. Por lo tanto, cuando dichas expectativas son satisfechas, la calidad del servicio es percibida como adecuada. Como resultado final, la calidad en los servicios puede entenderse en términos del grado en que estos logran responder a las necesidades y expectativas del consumidor. Bajo esta idea, uno de los principales objetivos en la mejora de la calidad del servicio consiste en disminuir la brecha existente entre las expectativas del usuario y la percepción que este tiene respecto a la prestación del servicio recibido (Gouvea *et al.*, 2012).

2.2.3. Modelo SERVPERF (*Service Performance*)

En primer lugar, el modelo SERVPERF adopta las mismas dimensiones que el modelo SERVQUAL, con una diferencia de que no incorpora la medición de las expectativas de los usuarios. El modelo fue propuesto por Joseph Cronin y Steven Taylor en 1992, como el surgimiento de muchas investigaciones realizadas sobre el modelo SERVQUAL. Una diferencia del modelo SERVPERF se centra exclusivamente en la percepción del desempeño del servicio por parte de los usuarios. Para su respectiva aplicación, se emplea como base los 22 ítems originales planteados en el modelo SERVQUAL, pero erradica la evaluación de las expectativas, enfocándose únicamente en la valoración del servicio recibido (Enríquez y Luna, 2023).

El SERVPERF fue ampliamente aplicado en la evaluación de la percepción de la calidad de la atención en diversos contextos del ámbito sanitario, como los servicios de urgencias, atención ambulatoria, unidades hospitalarias y la atención primaria. También, se ha empleado en la medición de la calidad de los servicios de salud durante la pandemia COVID-19. En lo que refiere a su sistema de evaluación, la puntuación se

obtiene a través de la suma de las calificaciones asignadas a cada uno de los ítems del instrumento; por lo tanto, la calidad del servicio se considera más elevada a medida que aumente el puntaje total obtenido (Laura *et al.*, 2024).

Ventajas del modelo SERVPERF:

- Su principal ventaja del modelo radica en que facilita una mayor claridad para el encuestado al momento de responder, por lo tanto, ayuda en la obtención de respuestas más claras y consistentes (Ramos *et al.*, 2020).
- Este modelo requiere menor tiempo para la administración del cuestionario, facilitando su aplicación y optimiza el proceso de recolección de datos (Ramos *et al.*, 2020).
- Por otra parte, las medidas que fueron basadas en la valoración del desempeño del servicio presentan una mayor capacidad predictiva de la satisfacción del usuario en comparación con aquellas fundamentadas en la diferencia entre percepciones y expectativas (Ramos *et al.*, 2020).
- También, lo que se refiere a la interpretación y al proceso de los resultados resulta más sencillo de realizar, facilitando su comprensión y el manejo de la información (Ramos *et al.*, 2020).

2.2.4. Dimensiones del Modelo SERVPERF

El SERVPERF presenta muchas dimensiones que permite la evaluación de la calidad del servicio desde la percepción de los clientes o usuarios. Entre sus dimensiones se encuentran la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad, empatía y los aspectos tangibles (Ramos *et al.*, 2020).

Fiabilidad: Se refiere a la capacidad de mantener el servicio de manera segura, que sea confiable y precisa. Esta dimensión contempla diversos aspectos como la puntualidad y disposición del personal para poder brindar la atención requerida. También, engloba en ofrecer el servicio de manera adecuada desde el primer contacto del usuario con la organización (Enríquez y Luna, 2023).

Se menciona que es la capacidad de poder realizar el servicio prometido de una manera consistente, cuidadosa y precisa, avalando la confiabilidad de la prestación y cumplimiento de lo ofrecido al usuario (Alejo, 2022).

Capacidad de respuesta: Es la capacidad y disposición del personal en brindar apoyo al usuario y ofrecer un servicio oportuno, cumpliendo con los tiempos establecidos. De igual manera, implica en facilitar los canales de comunicación entre el

prestador del servicio y el usuario y/o cliente, a través de la vía telefónica, redes sociales y otros medios que faciliten la interacción de la organización con el usuario (Enríquez y Luna, 2023).

Hace alusión a la percepción que tiene el usuario de la disposición y la voluntad del personal en brindar ayuda, como también la rapidez con que ofrece el servicio. De igual manera, se considera la capacidad en atender y resolver de manera efectiva los problemas o las quejas presentados por el usuario (Alejo, 2022).

Seguridad: Hace mención al grado de conocimiento, competencia y honestidad del personal, como también su capacidad para brindar confianza, seguridad y tranquilidad en el usuario durante todo el periodo de la prestación del servicio (Enríquez y Luna, 2023).

Se refiere al nivel de conocimiento y cortesía del personal, como también su capacidad de transmitir confianza y seguridad en el usuario durante el periodo de prestación del servicio (Alejo, 2022).

Empatía: Hace mención de la atención personalizada que se ofrece al usuario, pero esta no implica solo cortesía, sino un compromiso auténtico con sus necesidades. Esta dimensión menciona la capacidad de poder comprender las expectativas del usuario o cliente y buscar las estrategias más óptimas para poder satisfacerlas. Esta dimensión se fortalece con la comunicación efectiva, que pueda mantener a los usuarios informados empleando un lenguaje claro y comprensible (Enríquez y Luna, 2023).

Se menciona al grado en que la atención brindada en el servicio al cliente es personalizada y se adapta a las necesidades específicas de cada uno de los usuarios (Alejo, 2022).

Aspectos tangibles: Hace referencia al aspecto físico de las instalaciones, como también los equipos, los materiales de comunicación y la prestación del servicio. Comprende los elementos tangibles que el usuario puede percibir en la organización, como son la limpieza, el orden y la modernidad del entorno del servicio (Enríquez y Luna, 2023).

Hace mención a la apariencia de las instalaciones, los equipos, del personal y los materiales de comunicación que son parte del entorno en el que se ofrece el servicio (Alejo, 2022).

2.2.5. Teoría de la Satisfacción

Se puede definir como el grado en que la atención sanitaria recibida y el estado de salud resultante logran cumplir con las expectativas del usuario. Entonces se puede

decir que el usuario se encuentra satisfecho si el servicio de salud responde o superan dichas expectativas. La satisfacción también constituye un indicador importante para evaluar los resultados del proceso asistencial, como también la calidad de las consultas y comunicación entre el personal asistencial y los pacientes. Por otra parte, también se reconoce como un predictor del cumplimiento terapéutico y adherencia a las consultas, por otra parte, representa una herramienta útil en la mejora continua de los servicios de salud (Zuloaga *et al.*, 2009).

La satisfacción del usuario se sostiene en la diferencia entre las expectativas iniciales y la valoración del servicio brindado. Por lo tanto, las percepciones subjetivas del usuario, conjuntamente con sus expectativas iniciales, configura la valoración que este realiza de la calidad del servicio brindado (De León y Ábrego, 2020).

2.2.6. Satisfacción del Usuario

Se refiere el nivel en que una organización de salud satisface las expectativas y las percepciones de los usuarios en relación de los servicios brindados (Ministerio de Salud [MINSA], 2012).

En el ámbito de la salud la satisfacción del usuario comprende muchas dimensiones que contemplan tanto aspectos organizacionales como la calidad de atención recibida, en el impacto de la salud del paciente y el trato brindado por parte del personal de la institución. Por lo tanto, la percepción del usuario es influenciado por varios factores, en los que destacan la infraestructura y las condiciones físicas de las instalaciones, calidez y también la calidad del servicio ofrecido, como también la eficiencia con que se brinda la atención. Dentro de las dimensiones de la satisfacción prevalecen la comunicación efectiva, esta favorece las relaciones interpersonales como la competencia técnica del personal, que ayudan a generar confianza en el usuario; y el establecimiento de un clima favorable, siendo un elemento esencial para el desarrollo de relaciones satisfactorias y sostenibles entre el usuario y el servicio de salud (Herrera y Arteaga, 2024).

En la evaluación de la satisfacción del usuario se aborda dos enfoques: el cognitivo y el afectivo. El cognitivo se enfoca en el análisis del grado de cumplimiento de las expectativas del usuario, también la comparación de los servicios, percepción de la equidad, la diferencia entre el valor esperado y el percibido. El enfoque afectivo considera las respuestas emocionales generadas en el usuario durante su experiencia de atención, donde las emociones positivas, como son el interés y la energía, reflejan niveles de satisfacción y las emociones negativas, como es la irritabilidad, evidencia la

insatisfacción. Por lo tanto, la comprensión de los dos enfoques es fundamental para evaluar de manera integral la satisfacción del usuario y situar estrategias dirigidas a la mejora de los servicios de salud (Herrera y Arteaga, 2024).

2.2.7. Dimensiones de la Satisfacción

Expectativas cumplidas: Se describe como la anticipación de un evento o resultado futuro, como también creencias generalizadas que las personas poseen respecto a un determinado objeto social. En el contexto de los servicios, las expectativas del usuario se relacionan con aquello que espera recibir en términos de atención y calidad del servicio. Por lo tanto, al reconocer la existencia de la calidad técnica y otra vinculada a elementos intangibles propios del proceso de prestación del servicio, es posible diferenciar entre expectativas tangibles y expectativas intangibles (Peralta, 2006).

Muchas investigaciones confirman la pertinencia de incorporar el rendimiento percibido dentro del modelo de confirmación de expectativas, porque influye en la satisfacción del usuario por medio de dos mecanismos. Primero, la confirmación de expectativas actúa como factor mediador entre el rendimiento percibido y la satisfacción. Segundo, establece una relación directa entre el rendimiento percibido y la satisfacción, lo que implica que los resultados experimentados por el usuario durante la utilización del servicio generan un efecto adicional que trasciende la simple confirmación de sus expectativas iniciales (Marzo *et al.*, 2002).

Percepción del servicio: La percepción del usuario es un papel importante en la evaluación de la calidad del servicio. Siguiendo el modelo de brechas, la calidad percibida se puede definir como el resultado de la comparación entre el servicio que el usuario espera recibir y el servicio que efectivamente percibe. Esta percepción es netamente subjetiva y puede verse influenciada por diversos factores, como son las experiencias previas, las recomendaciones de terceros y las necesidades individuales del usuario (Toala, 2024).

Fidelización e intención de retorno: Hace mención que la fidelización del cliente es un factor importante para el crecimiento y sostenibilidad de la empresa, por lo que debe ser considerada durante el desarrollo de estrategias organizacionales. Tener un cliente satisfecho por mucho tiempo garantiza el funcionamiento continuo y también favorece el crecimiento de la empresa. Por ende, la fidelización, se entiende como un conjunto de condiciones que genera la satisfacción del cliente respecto al producto y/o servicio, incentivándolo a ejecutar compras repetidas. Se puede mencionar, que existen

diversos criterios que influyen en la decisión del cliente de adquirir un producto y continuar realizándolo de manera continua con el tiempo (López y Ratto, 2022).

Confianza en el personal: La confianza se enmarca en la relación entre el consumidor y la empresa, donde el usuario deposita su credibilidad de manera sólida hacia la organización. Por lo tanto, la confianza compone un factor clave para fortalecer la relación con el usuario, porque genera comodidad y seguridad respecto a la marca. Estos eventos ayudan a la fidelización del cliente y contribuye a la captación tanto de clientes actuales como de nuevos usuarios (Monsalve, 2021).

2.2.8. La Calidad en Relación con la Satisfacción

Los conceptos de calidad y satisfacción pueden estar correlacionados, pero no son equivalentes. Los conceptos de calidad son más estables durante el tiempo y se centran en dimensiones concretas relacionadas con los atributos del producto. Por otra parte, la satisfacción puede variar en cada interacción o transición; si bien pueden estar influenciadas por la calidad percibida, también puede ser afectada por factores externos no vinculadas directamente. Por estas razones, las organizaciones no solamente deben mantener una imagen sólida en lo que refiere a la calidad de sus productos, sino también supervisar cada interacción específica, por que estas experiencias pueden incidir directamente en la lealtad del cliente (Velandia *et al.*, 2007).

La satisfacción nace del procesamiento cognitivo de la información y la consecuencia de las emociones experimentadas durante el proceso de consumo. Es el resultado de procesos psicosociales de carácter cognitivo como afectivo, por los que pueden definirse como una evaluación posterior al consumo o el uso, susceptible a cambiar en cada transición. Por otra parte, la calidad del servicio se entiende como la valoración de la utilidad de un producto o de un servicio, considerando el cumplimiento de los objetivos para los cuales fueron diseñados como la capacidad de generar experiencias agradables del usuario (Velandia *et al.*, 2007).

2.3. Marco Conceptual

Calidad de atención: Es el conjunto de actividades ejecutadas por los establecimientos de salud y servicios médicos de apoyo durante el proceso de atención, considerando los aspectos técnicos como los humanos, con la meta de alcanzar los resultados deseados por proveedores y usuarios. Estos aspectos garantizan seguridad, eficacia y satisfacción del usuario en la prestación del servicio (MINSA, 2012).

Expectativas del usuario: Son las expectativas que tiene el usuario respecto al servicio proporcionado por una institución de salud. Estas expectativas se generan a

partir de experiencias previas, entre otras. A partir de estas percepciones, el usuario genera retroalimentación hacia el sistema a través de la emisión de juicios sobre la calidad y la atención recibida (MINSA, 2012).

2.4. Marco Ético y Legal

Se cumplió: “Los artículos 24, 25, 26, 27 y 28 del Reglamento del Comité de ética para la investigación, aprobado con Resolución del Congreso Universitario N° 068-2021-UNSCH-CU el 16 de abril de 2021” (Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga [UNSCH], 2021).

Respecto a las consideraciones éticas se basaron en los principios de respeto por las personas, beneficencia y justicia. Se realizó la participación voluntaria a través de la firma de consentimiento informado, en el cual se explicó el propósito del estudio, sus respectivos procedimientos, como también el derecho a retirarse en cualquier momento sin tener alguna consecuencia.

De igual manera, se garantizó la confidencialidad y el anonimato de la información recabada, evitando la identificación de los encuestados y empleando los datos con fines académicos. Los resultados se plasmaron de manera agregada, custodiando la privacidad de los usuarios de QF Farmacia Magistral en San Juan de Lurigancho.

Por último, la investigación no implicó algún riesgo para los encuestados. Por otra parte, se garantizó que los resultados obtenidos en el estudio ayuden a la mejora continua de la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios.

CAPÍTULO III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Alcance de Investigación

La investigación tiene un alcance descriptivo-correlacional (Hernández et al., 2006). Es correlacional, porque se busca determinar la relación existente entre la satisfacción del usuario y la calidad de atención percibida en los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho. También incorpora un alcance descriptivo, porque se orienta a caracterizar, de manera independiente, tanto la calidad de atención como el nivel de satisfacción de los usuarios.

3.2. Diseño de Investigación

Se enmarca en un enfoque cuantitativo, de tipo no experimental, porque no se manipulan las variables de estudio, sino se observa tal cual se presentan en su contexto natural. Por otra parte, presenta un diseño transversal, porque la recolección de datos se realizó en un único momento temporal (Hernández et al., 2006).

3.3. Unidad de Análisis

Usuario que acudió a QF Farmacia Magistral, ubicada en el distrito de San Juan de Lurigancho-Lima, durante el periodo de los meses de enero y febrero del 2026.

3.4. Población de Estudio

Constituida por las personas que acudieron a QF Farmacia Magistral. De acuerdo a la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), la población corresponde a 804 732 habitantes que viven en el distrito de San Juan de Lurigancho-Lima (INEI, 2018).

3.5. Muestra

La muestra estuvo conformada por varones y mujeres mayores de edad que acudieron a QF Farmacia Magistral durante el periodo de recolección de datos. El tamaño muestral se determinó mediante la fórmula para poblaciones finitas, considerando un nivel de confianza del 95% ($Z=1,96$) y un margen de error del 5% (0,05). Asimismo, el tipo de muestreo empleado fue no probabilístico, específicamente por conveniencia, seleccionándose a los participantes que cumplieron con los criterios establecidos y que estuvieron disponibles durante el periodo de estudio.

$$n = \frac{Z^2 * Npq}{E^2(N - 1) + Z^2pq}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 804732 (0,5 \times 0,5)}{0,05^2 (804732 - 1) + 1,96^2 (0,5 \times 0,5)} = 384$$

Donde:

n: tamaño de muestra

N: tamaño de la población

E: error aceptable: 0,05

Z: valor de confianza: 95% (1,96)

p: % que cumple los criterios para la investigación: 0,5

q: q: % no cumple los criterios para la investigación: 1-p= 0,5

3.6. Criterios de Selección

3.6.1. Criterios de Inclusión

- Personas voluntarias que acuden a la oficina farmacéutica QF Farmacia Magistral, con una edad entre 18 y 50 años.

3.6.2. Criterios de Exclusión

- Personas con edad superior a 50 años.
- Participantes que no acepten voluntariamente en participar.

3.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

3.7.1. Técnica de Recolección de Datos

La técnica de recolección de datos empleada fue la encuesta, mediante la aplicación de dos cuestionarios destinados a evaluar la calidad de atención percibida y el nivel de satisfacción del usuario en QF Farmacia Magistral, ubicada en el distrito de San Juan de Lurigancho-Lima.

3.7.2. Instrumento de Recolección de Datos

El instrumento utilizado fue el cuestionario, el cual estuvo estructurado en dos secciones. La primera parte fue adaptada a partir de lo propuesto por Luna y Torres (2022), siguiendo el modelo SERVPERF. El primer cuestionario permitió medir la calidad de atención percibida y estuvo conformado por cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y aspectos tangibles. Además, incluyó 25 ítems (1 al 25), cuyas alternativas de respuesta fueron elaboradas mediante la escala de Likert con puntuaciones de 1 a 5, estableciéndose una escala de medición categorizada en niveles bajo, moderado y alto.

La segunda parte del instrumento correspondió al Cuestionario 2, adaptado de la propuesta de Pumacchahua (2024), el cual permitió evaluar la satisfacción del usuario. Este cuestionario estuvo conformado por cuatro dimensiones: expectativas cumplidas, percepción del servicio, fidelización e intención de retorno y confianza en el personal. Incluyó 20 ítems (del 1 al 20), cuyas alternativas de respuesta también se estructuraron bajo la escala de Likert con puntuaciones de 1 a 5, estableciéndose igualmente niveles de medición bajo, moderado y alto.

Tabla 1

Puntuación correspondiente al cuestionario 1: calidad de atención percibida

Escala de Likert	Puntuación
Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Nota: Elaboración propia

Tabla 2

Escala aplicada al cuestionario 1: calidad de atención percibida

Calidad de atención	Puntuación
Baja	25-58
Moderada	59-92
Alta	93-125

Nota: Elaboración propia

Tabla 3

Puntuación correspondiente al cuestionario 2: satisfacción del usuario

Escala de Likert	Puntuación
Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Nota: Elaboración propia

Tabla 4

Escala aplicada al cuestionario 2: satisfacción del usuario

Satisfacción del usuario	Puntuación
Baja	20-46
Moderada	47-73
Alta	74-100

Nota: elaboración propia

3.7.3. Prueba de Validez

Fue establecida mediante el procedimiento de juicio de expertos, que evaluaron diversos criterios, tales como la claridad, objetividad, actualidad, organización, suficiencia, intencionalidad, consistencia, coherencia, pertinencia metodológica y conveniencia de los ítems. El resultado de este proceso, los especialistas otorgaron el certificado de validez del instrumento (Anexo 6).

El cálculo fue a través del V de Aiken.

Cuestionario 1: Los resultados muestran que la mayoría de los ítems presentan un elevado nivel de concordancia entre los evaluadores, alcanzando un coeficiente promedio de V de Aiken=0,933 (Excelente).

Cuestionario 2: Los resultados muestran que la mayoría de los ítems presentan un elevado nivel de concordancia entre los evaluadores, alcanzando un coeficiente promedio de V de Aiken=0,942 (Excelente).

3.7.4. Cálculo de la Confiabilidad

Cuestionario 1: El alfa de Cronbach aplicado a 20 usuarios de QF-Farmacia Magistral, sede-San Juan de Lurigancho, resultó “Excelente” ($\alpha=0,944$).

Cuestionario 2: El alfa de Cronbach aplicado a 20 usuarios de QF-Farmacia Magistral, sede-San Juan de Lurigancho, resultó “Excelente” ($\alpha=0,917$).

3.7.5. Inicio del Registro

Primero, se gestionó la autorización correspondiente ante la Gerencia de QF Farmacia Magistral, establecimiento en el cual se llevó a cabo la recolección de datos. Una vez obtenida la aprobación, se procedió a la aplicación del instrumento a los usuarios que cumplieron con los criterios establecidos, previa firma del consentimiento informado (Anexo 3), brindándoles además las indicaciones necesarias para el adecuado llenado de la encuesta. Posteriormente, se administraron los instrumentos correspondientes: el Cuestionario 1, orientado a medir la calidad de atención percibida (Anexo 4) y el Cuestionario 2, destinado a evaluar la satisfacción del usuario (Anexo 5). La aplicación de los cuestionarios se realizó en diferentes horarios, comprendiendo turnos matutinos (de 8:00 a 12:00 horas) y vespertinos (de 15:00 a 20:00 horas), durante los meses de enero y febrero del año 2026. Cabe señalar que el tiempo estimado de duración para el llenado de cada encuesta no superó los 20 minutos por participante.

3.8. Análisis de Datos

Los datos recolectados fueron registrados y procesados en el software Microsoft Excel 2023. Luego, se realizó un análisis descriptivo con el propósito de obtener

frecuencias y porcentajes correspondientes a las respuestas de los participantes, cuyos resultados fueron presentados en tablas y figuras de acuerdo con las variables de estudio, en el marco de la estadística descriptiva. Para el análisis inferencial se empleó el coeficiente de correlación de Spearman, considerando un nivel de significancia de $p < 0,01$.

3.9. Consideraciones Éticas

Consentimiento informado: La totalidad de los participantes firmó un consentimiento informado, mediante el cual fueron informados sobre los objetivos de la investigación, el uso de los datos recolectados y su derecho a la confidencialidad y resguardo de su información personal.

Confidencialidad: Los datos recopilados fueron resguardados con confidencialidad y analizados de forma conjunta, garantizando en todo momento la protección de la identidad de los participantes.

Voluntariedad: La participación en el estudio se llevó a cabo de manera completamente voluntaria, respetando en todo momento la libre decisión de los participantes.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

Tabla 5

Correlación entre la satisfacción y calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral, del distrito de San Juan de Lurigancho, 2026

Satisfacción		
Calidad	Rho Spearman	Sig.
	0,728**	0,000

Nota: **La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Figura 1

Calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho, 2026

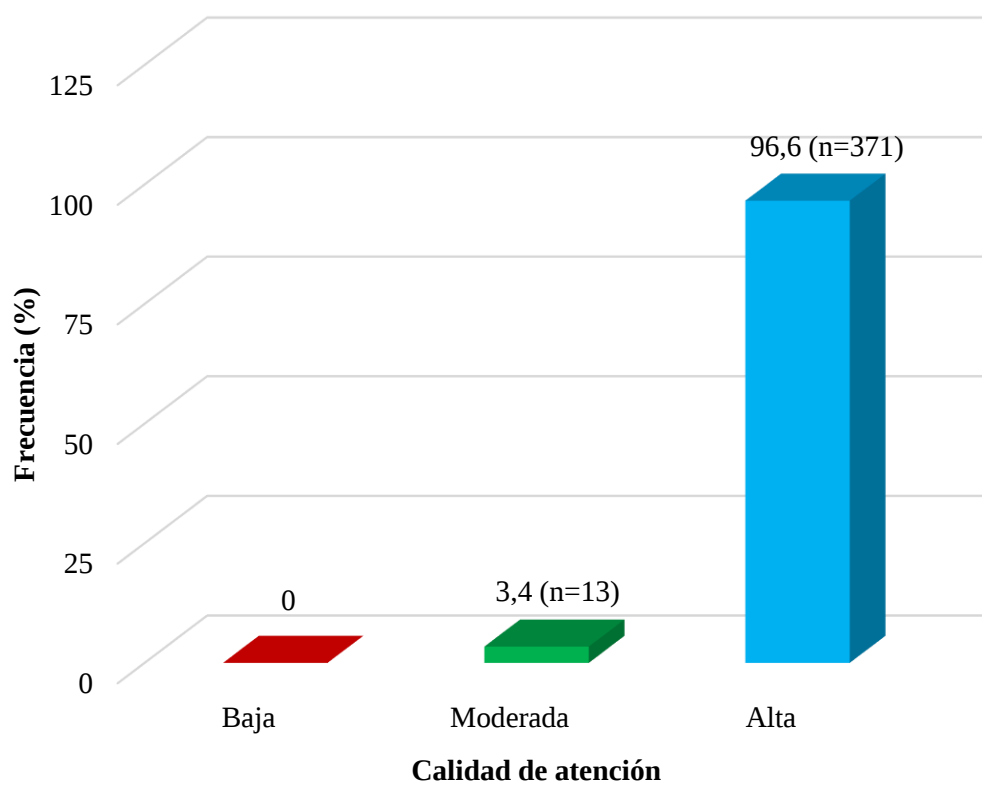


Figura 2

Satisfacción percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho, 2026

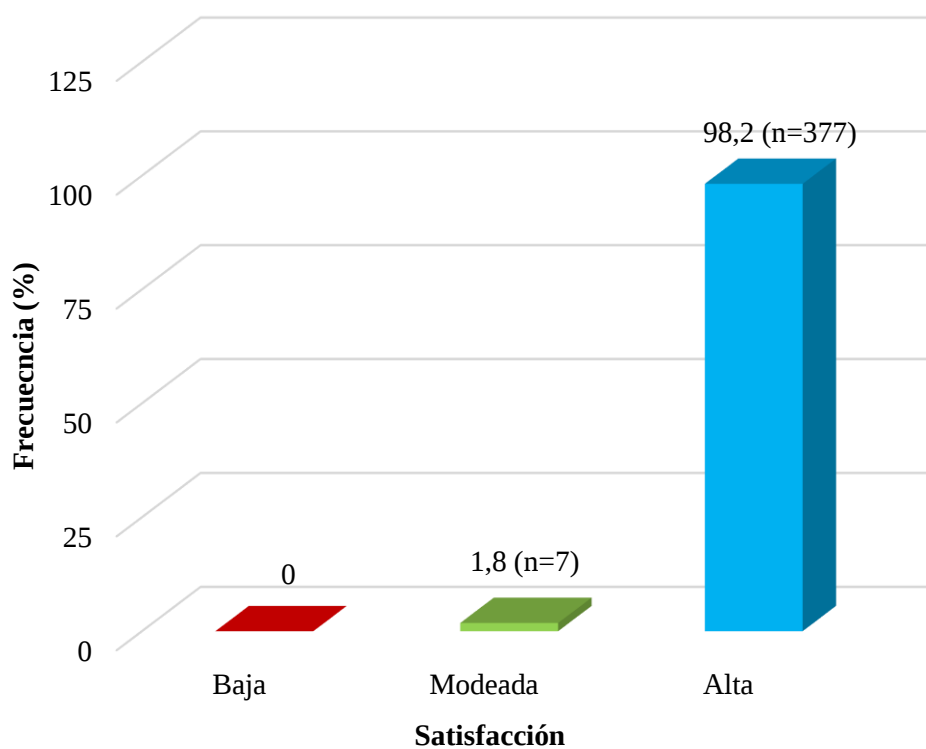


Tabla 6

Correlación entre las dimensiones de satisfacción y calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho, 2026

Dimensión Calidad	Dimensión de satisfacción							
	Expectativas cumplidas		Percepción del servicio		Fidelización e intención de retorno		Confianza en el personal	
	Rho Spearman	Sig.	Rho Spearman	Sig.	Rho Spearman	Sig.	Rho Spearman	Sig.
Fiabilidad	0,759**	0,000	0,933**	0,000	0,568**	0,000	0,759**	0,000
Capacidad de respuesta	0,740**	0,000	0,910**	0,000	0,553**	0,000	0,740**	0,000
Seguridad	0,659**	0,000	0,811**	0,000	0,493**	0,000	0,659**	0,000
Empatía	0,769**	0,000	0,946**	0,000	0,575**	0,000	0,769**	0,000
Aspectos tangibles	0,769**	0,000	0,946**	0,000	0,575**	0,000	0,769**	0,000

Nota: **La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

CAPÍTULO V. DISCUSIÓN

La satisfacción del usuario y/o cliente se conceptualiza como el grado de cumplimiento percibido tras la prestación del servicio, estableciendo una evaluación de carácter subjetivo basada en las dimensiones de la calidad del servicio. Por lo tanto, la satisfacción adquiere especial relevancia debido a su influencia directa en la lealtad del usuario. Se reconoce que la calidad del servicio ejerce un efecto significativo sobre la satisfacción, evidenciando una relación estrecha entre ambas variables (Canales, 2023).

En la **Tabla 5**, se evidencia la relación entre la satisfacción del usuario y la calidad de atención percibida en QF Farmacia Magistral. El análisis estadístico, mediante el coeficiente Rho de Spearman, reporta un valor de $Rho=0,728$ con $p<0,01$, indicando la existencia de una correlación positiva alta y estadísticamente significativa entre ambas variables. Este resultado permite inferir que a medida que se incrementa la calidad de atención, se produce un aumento proporcional en los niveles de satisfacción del usuario, confirmando una relación directa entre los constructos evaluados. En concordancia con estos hallazgos, diversos estudios previos refuerzan la consistencia de esta relación. Bañez (2023) identificó una correlación alta ($Rho=0,813$), evidenciando una asociación sólida entre calidad de atención y satisfacción percibida por los usuarios de las oficinas farmacéuticas del distrito de San Martín de Porres. De igual forma, Aliaga y Mesías (2024) reportaron un coeficiente de $Rho=0,748$, confirmando también una relación de alta magnitud entre las variables calidad y satisfacción, en los usuarios de la oficina farmacéutica “Botica Rossi II”. En contraste, Zegarra y Cruz (2023) determinaron una correlación moderada ($Rho=0,416$) en la botica Emifarma, lo que sugiere que, si bien la relación persiste, su intensidad puede variar según el contexto institucional. Asimismo, Chamorro y García (2023) evidenciaron una relación estadísticamente significativa ($\chi^2=67,308$) en establecimientos farmacéuticos de San Borja, revalidando la asociación entre ambas variables desde un enfoque no correlacional.

Los resultados de la presente investigación se encuentran alineados con la evidencia previa, consolidando la premisa de que la calidad de atención constituye un determinante clave de la satisfacción del usuario en el ámbito farmacéutico. La

consistencia en la dirección y significancia de la relación, pese a variaciones en su magnitud, sugiere que mejoras sostenidas en los componentes de la calidad (como la atención personalizada, la confiabilidad y la capacidad de respuesta) pueden traducirse en mayores niveles de satisfacción. Por lo tanto, se recomienda a QF Farmacia Magistral fortalecer estrategias de mejora continua en la calidad del servicio, priorizando la capacitación del personal y la estandarización de procesos de atención, a fin de optimizar la experiencia del usuario y fomentar su fidelización.

En la **Figura 1** se presenta la distribución de la calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral, sede San Juan de Lurigancho. Los resultados evidencian un predominio de calidad alta con 96,6% (n=371), seguido de una calidad moderada con 3,4% (n=13), sin registrarse casos en la categoría de calidad baja. Estos hallazgos indican que el establecimiento alcanza niveles sobresalientes en la prestación del servicio, lo cual podría estar asociado a la eficiencia operativa, competencias del personal y adecuada gestión del proceso de atención, factores que contribuyen a la ausencia de valoraciones negativas. En relación con estudios previos, los resultados muestran consistencia con el estudio de Enciso (2021), quien reportó una calidad alta de 96,9% (n=324), acompañada de una proporción mínima de calidad baja (0,3%) en los usuarios de la cadena de “Boticas AFJA”. Esta similitud refuerza la evidencia de que los establecimientos farmacéuticos pueden alcanzar estándares elevados de calidad cuando existen adecuados procesos de atención. Por otra parte, otros estudios presentan distribuciones diferentes: Vargas y Yauris (2021) identificaron una calidad excelente en 49% (n=98) y buena en 38% (n=76) en oficinas farmacéuticas de la Av. Los Tusilagos, San Juan de Lurigancho; Zegarra y Cruz (2023) reportaron una calidad buena en 45,7% (n=127) en la oficina farmacéutica “Botica Emifarma”; mientras que Cueva y Yance (2021) hallaron una calidad excelente en 34,2% (n=77) en las oficinas farmacéuticas de la Urbanización Los Pinos, San Juan de Lurigancho. Estas diferencias pueden atribuirse a variaciones en el contexto de estudio, número de establecimientos evaluados y heterogeneidad en la gestión del servicio, dado que las investigaciones comparadas abarcan múltiples farmacias, a diferencia del presente estudio, que se centra en un único establecimiento.

Los resultados evidencian que QF Farmacia Magistral presenta un nivel de calidad de atención excepcionalmente alto, superando o equiparándose a los mejores reportes de la literatura. Esta uniformidad en las valoraciones positivas sugiere la existencia de buenas prácticas consolidadas en la atención al usuario. Pero se

recomienda mantener y sistematizar estos estándares de calidad mediante procesos de monitoreo continuo, evaluación periódica del desempeño del personal y retroalimentación del usuario, a fin de garantizar la sostenibilidad del servicio y prevenir posibles desviaciones que puedan afectar la percepción futura.

En la **Figura 2** se presenta la satisfacción percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral. Los resultados evidencian un predominio de satisfacción alta con 98,2% (n=377), seguida de una satisfacción moderada con 1,8% (n=7), sin registrarse niveles de baja satisfacción. Estos hallazgos indican que la gran mayoría de los usuarios experimenta una percepción altamente favorable del servicio recibido, lo cual sugiere que tanto las condiciones del establecimiento como el desempeño del personal responden eficazmente a las expectativas y necesidades del usuario, consolidando una experiencia de atención positiva. En los estudios previos, se observan diferencias en la distribución de los niveles de satisfacción. Bañez (2023) reportó una satisfacción alta de 24% (n=92) y un nivel medio de 43,2% (n=166) en boticas del distrito de San Martín de Porres, lo que evidencia una menor proporción de satisfacción elevada respecto al presente estudio. De forma similar, Vargas y Yauris (2021) identificaron un 49% (n=98) de usuarios muy satisfechos y un 35,5% (n=71) satisfechos, mientras que Zegarra y Cruz (2023) hallaron una satisfacción alta de 31% (n=86) en la botica Emifarma. Por su parte, Cueva y Yance (2021) reportaron un 58,2% (n=131) de usuarios satisfechos en establecimientos farmacéuticos. Las diferencias observadas pueden atribuirse a factores contextuales y metodológicos, tales como el número de establecimientos evaluados, la heterogeneidad en la calidad del servicio entre farmacias y las particularidades en la gestión de cada oficina farmacéutica. A diferencia de dichos estudios, la presente investigación se centra en un único establecimiento, lo que podría explicar la mayor homogeneidad y nivel elevado de satisfacción reportado.

Los resultados evidencian que QF Farmacia Magistral alcanza un nivel sobresaliente de satisfacción del usuario, superando ampliamente los porcentajes reportados en estudios previos. Esto sugiere la existencia de prácticas eficientes de atención y una adecuada gestión del servicio, que impactan positivamente en la percepción del usuario. No obstante, se recomienda mantener estrategias de mejora continua, implementar sistemas de evaluación periódica de la satisfacción y fortalecer mecanismos de retroalimentación, con el fin de sostener estos altos niveles y anticipar posibles áreas de mejora que garanticen la fidelización del usuario a largo plazo.

En la **Tabla 6** se analiza la correlación entre las dimensiones de la calidad de atención y las dimensiones de la satisfacción percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral. Los resultados evidencian que las dimensiones de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y aspectos tangibles presentan correlaciones estadísticamente significativas ($p < 0,01$) con las dimensiones de la satisfacción, lo que confirma la existencia de asociaciones relevantes entre los componentes del servicio y la experiencia del usuario. Por su parte, la dimensión fiabilidad muestra correlaciones de alta a muy alta magnitud con expectativas cumplidas ($Rho = 0,759$), percepción del servicio ($Rho = 0,933$) y confianza en el personal ($Rho = 0,759$), mientras que con fidelización e intención de retorno presenta una correlación moderada ($Rho = 0,568$). De manera similar, la capacidad de respuesta evidencia correlaciones altas a muy altas con expectativas cumplidas ($Rho = 0,740$), percepción del servicio ($Rho = 0,910$) y confianza en el personal ($Rho = 0,740$) y una correlación moderada con fidelización ($Rho = 0,553$). Por su parte, la dimensión seguridad presenta correlaciones moderadas con expectativas cumplidas ($Rho = 0,659$), fidelización ($Rho = 0,493$) y confianza en el personal ($Rho = 0,659$) y una correlación alta con percepción del servicio ($Rho = 0,811$). En cuanto a empatía y aspectos tangibles, ambas dimensiones registran correlaciones altas con expectativas cumplidas, percepción del servicio y confianza en el personal (Rho entre 0,769 y 0,946), mientras que con fidelización e intención de retorno muestran correlaciones moderadas ($Rho = 0,575$). En los estudios previos, se observan coincidencias y diferencias en la magnitud de las correlaciones. Enciso (2021) reportó correlaciones muy bajas entre las dimensiones de calidad y la satisfacción (Rho entre 0,077 y 0,152), lo que contrasta con los resultados del presente estudio; esta discrepancia podría explicarse por diferencias en la población y contexto de análisis. En cambio, Bañez (2023) encontró correlaciones altas entre la satisfacción y dimensiones como fiabilidad ($Rho = 0,722$), capacidad de respuesta ($Rho = 0,880$), aspectos tangibles ($Rho = 0,893$), empatía ($Rho = 0,753$) y seguridad ($Rho = 0,865$). De forma consistente, Aliaga y Mesías (2024) reportaron correlaciones mayoritariamente altas, destacando fiabilidad ($Rho = 0,650$), capacidad de respuesta ($Rho = 0,748$), seguridad ($Rho = 0,730$), empatía ($Rho = 0,707$) y aspectos tangibles ($Rho = 0,569$).

Los hallazgos evidencian que las dimensiones de la calidad de atención se encuentran fuertemente asociadas con la satisfacción del usuario, especialmente en los componentes vinculados a la percepción del servicio, la confianza y el cumplimiento de expectativas. No obstante, la dimensión de fidelización e intención de retorno

presenta correlaciones moderadas, lo que sugiere que, si bien la calidad influye significativamente en la satisfacción inmediata, no necesariamente garantiza por sí sola la lealtad del usuario. En síntesis, se recomienda complementar las estrategias de calidad con acciones orientadas a la fidelización, tales como programas de seguimiento al cliente, incentivos de retorno y fortalecimiento de la relación a largo plazo, a fin de consolidar no solo la satisfacción, sino también la permanencia del usuario en el establecimiento.

Los resultados de la investigación evidencian que la calidad de atención constituye un factor determinante en la satisfacción del usuario, presentando relaciones directas y estadísticamente significativas tanto a nivel global como en sus dimensiones específicas. Estos hallazgos son consistentes con la mayoría de estudios previos, lo que refuerza la validez de los resultados y la importancia de mantener altos estándares en la prestación del servicio farmacéutico.

No obstante, se identifican oportunidades de profundización, especialmente en aspectos vinculados a la fidelización e intención de retorno, donde las correlaciones fueron moderadas. En este sentido, se sugiere que futuras investigaciones amplíen el análisis incorporando muestras más diversas, comparaciones entre múltiples establecimientos y variables adicionales (como experiencia del usuario), con el fin de obtener una comprensión más integral del comportamiento del usuario y fortalecer la toma de decisiones en la gestión del servicio.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES

1. Se determinó una correlación positiva alta entre la satisfacción del usuario y la calidad de atención percibida en los usuarios de QF Farmacia Magistral ($Rho=0,728$; $p<0,01$), lo que indica una asociación estadísticamente significativa entre ambas variables.
2. La calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral se caracterizó por un nivel alto (96,6%), mientras que un menor porcentaje de usuarios la calificó como moderada (3,4%).
3. La satisfacción percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral se presentó mayoritariamente en un nivel alto (98,2%), mientras que un porcentaje reducido de usuarios la calificó como moderada (1,8%).
4. Se determinó una correlación estadísticamente significativa entre las dimensiones de la satisfacción y la calidad de atención percibida por los usuarios, con coeficientes de correlación Rho de Spearman que oscilaron entre 0,575 y 0,946 ($p<0,01$), lo que indica una asociación de magnitud moderada a muy alta.

CAPÍTULO VII. RECOMENDACIONES

1. Fortificar la capacitación continua del personal, prevaleciendo competencias en la atención al cliente, resolución de problemas, con una prioridad en las dimensiones de fiabilidad, empatía y capacidad de respuesta.
2. Incorporar sistemas de monitorización y evaluación constante de la calidad del servicio, a través de encuestas relacionadas a la satisfacción.
3. Las futuras investigaciones, ampliar el tamaño de muestra y acoplar diversos establecimientos farmacéuticos, como también incluir otras variables que permitan profundizar el análisis de la satisfacción y la calidad del servicio.

BIBLIOGRAFÍA

- Alejo, J. y Arias, A. (2022). Modelos de medición de la calidad de atención en salud. *Rev. Cient. Memoria del Posgrado*. 3(2): 47-58. <https://short-url.org/1he8i>
- Aliaga, V. y Mesías, A. (2024). *Calidad de atención farmacéutica y satisfacción del cliente con la atención brindada en Botica Rossi II de la urbanización Filadelfia, San Martín de Porres, Lima*. [Tesis de Pregrado, Universidad María Auxiliadora]. <https://goo.su/hcD8wii>
- Arévalo, R. (2023). Calidad de atención y satisfacción del usuario de consulta externa en un hospital público del Perú. *Gaceta Científica*. 8(4): 201-206. <https://revistas.unheval.edu.pe/index.php/gacien/article/view/1709/1594>
- Bañez, M. (2023). *Calidad de atención y satisfacción percibida por el usuario de las boticas del distrito de San Martín de Porres*. [Tesis de Pregrado, Universidad Privada Norbert Wiener]. <https://goo.su/ruNNZqh>
- Canales, M. (2023). *Satisfacción del usurario y calidad de servicio en establecimientos farmacéuticos privados, en tiempos de COVID-19, en la ciudad de Ica*. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional San Luis Gonzaga]. <https://goo.su/K8Cg7>
- Cayuela, P., Pastor, M. y Conesa, M. (2019). Calidad asistencial percibida y satisfacción de las personas sordas con la atención primaria de un área de salud de la Región de Murcia. *Enfermería Global*. 18 (54): 303-322. <https://revistas.um.es/eglobal/article/view/344761>
- Cueva, E. y Yance, L. (2021). *Calidad de atención y satisfacción de los usuarios en los establecimientos farmacéuticos de la Urbanización Los Pinos, San Juan de Lurigancho*. [Tesis de Pregrado, Universidad María Auxiliadora]. <https://goo.su/FhzFhUW>
- Chacón, J. y Rugel, S. (2018). Teorías, modelos y sistemas de gestión de calidad. *Revista espacios*. 39(50): 1-9. <https://goo.su/U0tzmW>
- Chamorro, R. y García, C. (2023). *Calidad de atención y satisfacción de los clientes en los establecimientos farmacéuticos de la Av. Aviación, San Borja*. [Tesis de Pregrado, Universidad María Auxiliadora]. <https://goo.su/VUpdpL2>
- Díaz, A. (2019). *Calidad en el servicio como estrategia para evaluar la satisfacción y mantener la lealtad de los clientes: caso Empresa National Soft en Mérida Yucatán*. [Tesis de Maestría, Instituto Tecnológico de Mérida]. <https://short-url.org/1hcf5>
- De León, M. y Ábrego, M. (2020). Factores que influyen en la satisfacción de usuarios

- de los servicios de salud. *Revista Saluta*.
<https://portal.amelica.org/ameli/journal/327/3274429006/html/>
- Echevarría, P. y Bravo, Y. (2024). Guía de atención y su incidencia en la satisfacción del usuario externo en un Centro de Especialidades en Galápagos. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*. 5(5): 1335-1356.
<https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/2690>
- Enciso, M. (2021). *Nivel de satisfacción y la calidad de atención percibida por el usuario externo en la cadena de boticas AFJA*. [Tesis de Maestría, Universidad Privada Norbert Wiener]. <https://goo.su/foUBIf>
- Enríquez, C. y Luna, I. (2023). Evaluación e la calidad de servicios de salud con el modelo SERVPERF. *Congreso Internacional de Ciencias Administrativas*.
<https://repositorios.fca.unam.mx/investigacion/memorias/2023/8.02.pdf>
- Galindo, M. (2025). *Calidad de atención y satisfacción de las madres en el consultorio crecimiento y desarrollo del niño menor de 5 años del Hospital de Apoyo San Miguel*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga]. <https://short-url.org/1hbG8>
- Gerónimo, R., Guzmán L., Magaña, L. y Ramos, K. (2017). Calidad de servicio en la consulta externa de un Centro de Salud urbano de Tabasco. *Revista Salud Quintana*. 9(35): 11-15. <https://goo.su/UXZmCWG>
- Gouvea, M., Mori, F. y Oliveira, B. (2012). La relación entre la calidad de los servicios de las agencias de turismo y la migración hacia la compra por internet. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 21: 547-567.
<https://www.cabidigitallibrary.org/doi/pdf/10.5555/20123189021>
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, L. (2006). *Metodología de la investigación*. Cuarta edición. México DF. McGraw-Hill interamericana
- Herrera, F. y Arteaga, E. (2024). Calidad de atención y el nivel de satisfacción del servicio del usuario del seguro integral de Salud Hospital Sergio Bernales-Perú. *Revista Científica. Cuidado y Salud Pública*. 4(2): 15-20.
<https://www.cuidadoysaludpublica.org.pe/index.php/cuidadoysaludpublica/article/view/99/331>
- Huamaní, Y. (2021). *Satisfacción del usuario externo y calidad de atención en el servicio de Medicina del Centro de Salud Totos-Cangallo*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga]. <https://short-url.org/1hbzN>

- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). *Provincia de Lima. Resultados definitivos. Tomo II*. <https://goo.su/zbE8n>
- Laura, M., Párraga, I., Rosado, J., Beltrán L. y Bernabéu, M. (2024). Validación e herramientas SERVPERF para el análisis de calidad en la atención en urgencias con la ecografía clínica. *Atención Primaria*. 57 (6):1-10. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11743082/pdf/main.pdf>
- López, J. y Ratto, S. (2022). Marketing relacional y propuesta de fidelización para una empresa de servicios publicitarios. *Tecno Humanismo. Revista Científica*. 2(4): 67-88. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8510615.pdf>
- Luna, I. y Torres, J. (2022). Análisis de la calidad de servicios públicos de salud con el modelo SERVPERF: un caso en el Istmo de Tehuantepec. *Contaduría y Administración*. 67(1): 90-118. <https://goo.su/aXtjSeJ>
- Marzo, J., Martínez, V., Ramos J. y Peiró, J. (2002). La satisfacción del usuario desde el modelo de la confirmación de expectativas: respuesta a algunos interrogantes. *Psicothema*. 14(4): 765-770. <https://www.redalyc.org/pdf/727/72714412.pdf>
- Ministerio de Salud. (2012). *Guía técnica para la evaluación de la satisfacción del usuario externo en los establecimientos y servicios médicos de apoyo*. R.M. N° 527-2011/MINSA. <https://short-url.org/1cum2>
- Monsalve, A. (2021). *Influencia de la calidad de servicio y confianza sobre la lealtad de los clientes en la florería Betania, Chiclayo*. [Tesis de Pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3066/1/TL_HoMonsalveAndrea.pdf
- Morales, V. y Gómez, N. (2022). Calidad de atención durante el control prenatal en la unidad de salud Vicentina. *Anatomía digital*. 5(3): 19-33. <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/AnatomiaDigital/article/view/2159>
- Pachas, J. (2021). *Calidad de atención y satisfacción en usuarias del servicio de Ginecobstetricia del Centro de Salud San Juan Bautista*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga]. <https://short-url.org/1cu1Q>
- Peralta, J. (2006). Rol de las expectativas en el juicio de satisfacción y calidad percibida del servicio. *Revista de Filosofía y Psicología*. 1(14): 195-214. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2252855.pdf>

- Pumacacahua, M. (2024). *Calidad de atención en salud asociados al grado de satisfacción en los pacientes que acuden al Centro de Salud Lince en el mes de noviembre*. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Federico Villareal]. <https://goo.su/3quUW>
- Ramos, E., Mogollón, F., Santur, L. y Cherre, I. (2020). El modelo SERVPERF como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. *Revista Universidad y Sociedad*. 12(2): 417-423. <https://short-url.org/1cuo1>
- Sandoval, E. (2022). *Calidad de atención y satisfacción de los usuarios atendidos en los consultorios del centro de atención primaria. Metropolitano III, EsSalud*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga]. <https://short-url.org/1cu1K>
- Toala, E. y Manjarrez, N. (2024). Factores determinantes en la percepción de calidad del servicio. *Estudios y Perspectivas. Revista Científica y Académica*. 4(3): 1407-1428. <https://short-url.org/1cAS>
- Torres, D., Bruce, S. y Landeta, D. (2024). Percepción de la calidad de atención en servicios de salud del área de Materno Infantil. *Ciencia Latina. Revista Científica Multidisciplinar*. 8(1): 5678-5696. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/9921>
- Torres, C., Jélvez, F. y Vega, F. (2014). Evaluación de la calidad en un servicio de urgencia utilizando el modelo SERVPERF. *Universidad, Ciencia y Tecnología*. 18(71): 38-49. https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-48212014000200004
- Tueros, E. y Peralta, S. (2024). *Calidad de atención y nivel de satisfacción en madres de niños que acuden al consultorio CRED del Puesto de Salud Iguain*. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga]. <https://repositorio.unsch.edu.pe/items/cbe2c23f-bfed-4fb7-90af-325c64cc4c13>
- Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga. (2021). *Resolución del Consejo Universitario N° 068-2021-UNSCH-CU*. <https://short-url.org/1hefC>
- Vargas, K. y Yauris, V. (2021). *Calidad de atención percibida y satisfacción del cliente frente al servicio farmacéutico recibido en los establecimientos farmacéuticos de la Av. Los Tusilagos, San Juan de Lurigancho*. [Tesis de Pregrado, Universidad María Auxiliadora]. <https://goo.su/TecyvN>
- Vásquez, E., Sotomayor, J., González A., Montiel, A., Gutiérrez, I., Romero, M., Loría, J. y Campos, L. (2018). Satisfacción del paciente en el primer nivel de atención

- médica. *Rev. Salud Pública.* 20(2): 254-257.
<https://www.scielosp.org/article/rsap/2018.v20n2/254-257>
- Velandia, F., Ardón, N. y Jara, M. (2007). Satisfacción y calidad: análisis de la equivalencia o no de los términos. *Revista Gerencia y Políticas de Salud.* 6 (13): 139-168. <https://short-url.org/1cu1N>
- Yépez, L., Gómez, R. y Martínez R. (2021). Calidad e atención percibida y grado de satisfacción de usuarios del Centro de Salud Nobol durante la pandemia de COVID-19 desde el mes de abril a junio del 2020. *The Ecuador Journal of Medicine.* 2(2): 12-22. <https://revistafecim.org/index.php/tejom/article/view/50>
- Zegarra, A. y Cruz, K. (2023). *Calidad de atención farmacéutica y satisfacción de los usuarios en la botica Emifarma, Huancabamba-Piura.* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. <https://goo.su/5UHSng>
- Zuloaga, R., De la Fuente, A., Hoyos, Y. y León C. (2009). La satisfacción del usuario: instrumento para valorar el resultado del proceso asistencial en un servicio de urgencias de atención primaria. *Atención Primaria.* 42(2): 242-243. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7024407/>

ANEXOS

Anexo 1

Matriz de definición y operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Valoración	Escala de medición	Ítem
Calidad de atención	La calidad de la atención en la prestación de servicios de salud se define como la atención centrada en las personas, con niveles óptimos de seguridad, efectividad, oportunidad, eficiencia y acceso equitativo como atributos. El logro de estos atributos viene determinado por la disponibilidad de los servicios y su adecuada organización y gestión (OPS/OMS, 2021).	La calidad de atención se medirá a través del cuestionario adaptado del modelo SERVPERF, que evalúa cinco indicadores. Cada indicador será evaluado mediante ítems en escala de Likert de 1 a 5, donde mayores puntajes reflejan una mejor percepción de calidad.	Fiabilidad	- Cumplimiento de los horarios	Baja: 25-58 Moderada: 59-92 Alta: 93-125	Cualitativa ordinal. Escala de Likert (1-5)	1
				- Entrega correcta sin errores			2
				- Brinda información exacta			3
				- Cumplimiento de compromisos y promesas			4
				- Procedimientos de atención con precisión y responsabilidad			5
			Capacidad de respuesta	- El personal atiende con rapidez			6
				- Disposición a resolver mis dudas			7
				- Atención sin demoras			8
				- Solución de reclamos o inconvenientes			9
				- Interés del personal en ayudar a los clientes			10
			Seguridad	- Demuestra conocimientos sobre medicamentos y tratamientos			11
				- Seguro al recibir orientación farmacéutica			12
				- Transmite confianza por su profesionalismo.			13
				- El personal inspira seguridad y tranquilidad.			14
				- Confianza en las recomendaciones			15
			Empatía	- Interés genuino por el bienestar			16
				- Atención a mis necesidades			17
				- La atención es personalizada			18
				- Comportamiento amable y comprensivo			19
				- Horarios y servicios adaptados			20
			Aspectos tangibles	- Las instalaciones son limpias y ordenadas			21
				- Apariencia adecuada y profesional			22
				- Equipos y materiales en buen estado			23
				- Productos bien organizados y señalizados			24
				- Ambiente físico agradable y confortable			25

Anexo 2

Matriz de definición y operacionalización de variables (continuación)

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Valoración	Escala de medición	Ítem
Satisfacción del usuario	Grado de cumplimiento por parte de la organización de salud, respecto a las expectativas y percepciones del usuario en relación a los servicios que esta le ofrece (MINSA, 2012).	La satisfacción del usuario se medirá mediante un cuestionario estructurado basado en la percepción del servicio farmacéutico, que incluye indicadores como expectativas cumplidas, percepción general del servicio, fidelización e intención de retorno, y confianza en el personal. Cada ítem se valorará con una escala tipo Likert de 1 a 5, donde un valor más alto indica mayor nivel de satisfacción.	Expectativas cumplidas	- Buena atención recibida	Baja: 20-46 Moderada: 47-73 Alta: 74-100	Cualitativa ordinal. Escala de Likert (1-5)	1
				- El servicio cumplió con las expectativas			2
				- Buen profesionalismo del personal			3
				- Cumplimiento de los productos ofrecidos			4
				- Superación de expectativas iniciales			5
			Percepción del servicio	- Atención eficiente y de calidad			6
				- Relación de los precios con los productos			7
				- Buena atención			8
				- Tiempo de espera razonable			9
				- El ambiente contribuye a una buena atención			10
			Fidelización e intención de retorno	- Atención en QF Farmacia Magistral			11
				- Recomendación de la Farmacia			12
				- Preferencia de la Farmacia			13
				- Disposición de seguir comprando			14
				- Primera opción de compra			15
			Confianza en el personal	- Confianza en el personal			16
				- Honestidad del personal			17
				- Expresión de dudas			18
				- Seguridad en las recomendaciones			19
				- El personal genera confianza y tranquilidad			20

Anexo 3

Consentimiento informado



1. Información:

El presente trabajo de investigación titulado: “Satisfacción y calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral, San Juan de Lurigancho, 2025”.

2. PERSONAL INVESTIGADOR

2.1. Autor

“Satisfacción y calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral, San Juan de Lurigancho, 2025”, es conducido por la **Bach. RAYMUNDO ORE, Josefina**, de la Escuela Profesional de Farmacia y Bioquímica, con el objetivo de determinar la relación entre la satisfacción y calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del Distrito de San Juan de Lurigancho. Se mantendrá la confidencialidad absoluta de los datos consignados.

2. Consentimiento:

Entiendo que puedo retirarme del estudio:

- En cualquier momento.
- No tendrá sanción académica.

Entiendo que ninguna información podrá ser difundida a otras personas que no sea el investigador implicado en la investigación; por lo que acepto participar del estudio, **DOY MI CONSENTIMIENTO VOLUNTARIO** al investigador para la realización del trabajo de investigación; asimismo, todas mis preguntas fueron respondidas y resueltas por el investigador.

Firma del encuestado

Firma del investigador

Anexo 4

Cuestionario 1: Calidad de atención percibida



Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga
Facultad de Ciencias de la Salud



Título: Satisfacción y calidad de atención percibida por los usuarios de QF
Farmacia Magistral, San Juan de Lurigancho, 2025

DATOS GENERALES

Sexo : F () M ()

Nivel educativo : Primaria () Secundaria () Superior ()

INSTRUCCIONES

Marque con una “X” la opción que mejor exprese su grado de acuerdo con cada afirmación.

1= Totalmente en desacuerdo

2= En desacuerdo

**3= Ni de acuerdo ni en
desacuerdo**

4 = De acuerdo

**5= Totalmente de
acuerdo**

Ítems	FIABILIDAD	1	2	3	4	5
1	El personal de la farmacia cumple con los horarios de atención establecidos.					
2	Los medicamentos que solicito se entregan correctamente y sin errores.					
3	El personal brinda información exacta sobre los productos y servicios.					
4	La farmacia cumple los compromisos y promesas ofrecidas a los usuarios.					
5	Los procedimientos de atención se realizan con precisión y responsabilidad.					
	CAPACIDAD DE RESPUESTA					
6	El personal atiende con rapidez mis solicitudes.					
7	Los trabajadores muestran disposición inmediata para resolver mis dudas.					
8	Se brinda atención sin demoras excesivas.					
9	Los reclamos o inconvenientes son solucionados oportunamente.					
10	El personal demuestra interés en ayudar a los clientes cuando lo necesitan.					

	SEGURIDAD					
11	El personal demuestra conocimientos sobre los medicamentos y tratamientos.					
12	Me siento seguro al recibir orientación farmacéutica.					
13	La farmacia transmite confianza por su profesionalismo.					
14	El trato del personal me inspira seguridad y tranquilidad.					
15	Puedo confiar en las recomendaciones que me brindan.					
	EMPATÍA					
16	El personal muestra interés genuino por mi bienestar.					
17	Escuchan con atención mis necesidades antes de atenderme.					
18	La atención que recibo es personalizada.					
19	El personal se muestra amable y comprensivo en todo momento.					
20	La farmacia ofrece horarios y servicios adaptados a mis necesidades.					
	ASPECTOS TANGÍBLES					
21	Las instalaciones de la farmacia son limpias y ordenadas.					
22	El personal presenta una apariencia adecuada y profesional.					
23	Los equipos y materiales son modernos y están en buen estado.					
24	Los productos están bien organizados y señalizados.					
25	El ambiente físico de la farmacia es agradable y confortable.					

Gracias por su participación. Su colaboración es importante para el desarrollo de esta investigación.

Anexo 5

Cuestionario 2: Satisfacción del usuario



Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga

Facultad de Ciencias de la Salud

INSTRUCCIONES



Marque con una “X” la opción que mejor refleje su opinión.

1= Totalmente en desacuerdo

2= En desacuerdo

**3= Ni de acuerdo ni en
desacuerdo**

4 = De acuerdo

**5= Totalmente de
acuerdo**

Ítems	EXPECTATIVAS CUMPLIDAS	1	2	3	4	5
1	La atención recibida fue mejor de lo que esperaba.					
2	El servicio cumplió con las expectativas que tenía antes de acudir.					
3	El personal demostró más profesionalismo del que esperaba.					
4	Los productos adquiridos cumplieron con lo que me ofrecieron.					
5	En general, la atención superó mis expectativas iniciales.					
	PERCEPCIÓN DEL SERVICIO					
6	La atención brindada fue eficiente y de calidad.					
7	Considero que los precios guardan relación con la calidad del servicio.					
8	Me sentí bien atendido durante toda mi visita.					
9	Los tiempos de espera fueron razonables.					
10	El ambiente de la farmacia contribuye a una buena experiencia de atención.					
	FIDELIZACION E INTENCIÓN DE RETORNO					
11	Volvería a atenderme en QF Farmacia Magistral.					
12	Recomendaría esta farmacia a familiares o amigos.					
13	Prefiero esta farmacia frente a otras del distrito.					
14	Estoy dispuesto a seguir comprando en esta farmacia.					
15	Considero a QF Farmacia Magistral como mi primera opción de compra.					
	CONFIANZA EN EL PERSONAL					
16	Confío plenamente en el personal que me atiende.					
17	El personal demuestra honestidad en su trabajo.					
18	Puedo expresar mis dudas libremente porque me inspiran confianza.					
19	Me siento seguro con las recomendaciones que me brindan.					
20	El personal de la farmacia me genera confianza y tranquilidad.					

Gracias por su participación. Sus respuestas son valiosas para nuestra investigación.

Anexo 6

Constancia del juicio de expertos

Constancia-Juez-01



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE MEDICINA HUMANA
ESCUELA PROFESIONAL DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA



- I. DATOS GENERALES** Apellidos y nombres del Juez: **Mg. QF Mónica GÓMEZ QUISPE**
- 1.1** Grado académico: **MAESTRO**
- 1.2** Cargo e Institución donde labora: **DOCENTE/UNSCH**
- 1.3** Cuestionario 1: Calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral, San Juan de Lurigancho.
- 1.4** Autor del instrumento: **Bach. RAYMUNDO ORE, Josefina**

II. ASPECTO DE LA EVALUACIÓN

Considerar la escala de 1 al 5 donde:

1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy Bueno	5. Excelente
---------------	------------	----------	--------------	--------------

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
TOTAL	PROMEDIO					

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Válido, aplicar

IV. PUNTUACIÓN:

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar y aplicar
41-50	Válido, aplicar

COLEGIO QUÍMICO-FARMACÉUTICO
DEPARTAMENTAL AYACUCHO

Q.F. MÓNICA GÓMEZ QUISPE
C.Q.F.P. 21433

Firma del Experto
DNI: 47291624

Ayacucho, 10 de Octubre de 2025

Constancia-Juez-01



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE MEDICINA HUMANA
ESCUELA PROFESIONAL DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA



I. DATOS GENERALES Apellidos y nombres del Juez: **Mg. QF Mónica GÓMEZ QUISPE**

1.1. Grado académico: **MAESTRO**

1.2. Cargo e Institución donde labora: **DOCENTE/UNSCH**

1.3. Cuestionario 2: **Satisfacción del usuario de QF Farmacia Magistral, San Juan de Lurigancho.**

1.4. Autor del instrumento: **Bach. RAYMUNDO ORE, Josefina**

II. ASPECTO DE LA EVALUACIÓN

Considerar la escala de 1 al 5 donde:

	1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy Bueno	5. Excelente
INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS				
1. CLARIDAD					X
2. OBJETIVIDAD					X
3. ACTUALIDAD					X
4. ORGANIZACIÓN					X
5. SUFICIENCIA					X
6. INTENCIONALIDAD					X
7. CONSISTENCIA					X
8. COHERENCIA					X
9. METODOLOGIA					X
10. CONVENIENCIA					X
TOTAL	PROMEDIO				

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Válida aplicar

IV. PUNTUACIÓN:

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar y aplicar
41-50	Válido, aplicar



COLEGIO QUÍMICO FARMACÉUTICO
 DEPARTAMENTAL AYACUCHO
 Q.F. MÓNICA GÓMEZ QUISPE
 C.Q.F.P. 21433

Firma del Experto
 DNI: 47291624

Ayacucho, 10 de octubre de 2025

Constancia-Juez-02



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE MEDICINA HUMANA
ESCUELA PROFESIONAL DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA



I. DATOS GENERALES Apellidos y nombres del Juez: **Mg. QF PANIAGUA SEGOVIA, Juan**

1.1 Grado académico: **MAESTRO**

1.2 Cargo e Institución donde labora: **DOCENTE/UNSCH**

1.3 Cuestionario 1: **Calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral, San Juan de Lurigancho.**

1.4 Autor del instrumento: **Bach. RAYMUNDO ORE, Josefina**

II. ASPECTO DE LA EVALUACIÓN

Considerar la escala de 1 al 5 donde:

1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy Bueno	5. Excelente
---------------	------------	----------	--------------	--------------

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.				X	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
TOTAL						46

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento es pertinente y comprensible para el contexto del estudio. Presenta coherencia entre sus ítems y dimensiones, permitiendo recopilar información válida y confiable. Por tanto, es aplicable sin modificaciones sustanciales.

IV. PUNTUACIÓN:

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar y aplicar
41-50	Válido, aplicar



Firmado digitalmente
 por Juan C. Paniagua
 Segovia
 Fecha: 2025.10.23
 10:16:17.-05'00'.....

Firma del Experto
 DNI: 80626048

Ayacucho, 23 de octubre del 2025

Constancia-Juez-02



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE MEDICINA HUMANA
ESCUELA PROFESIONAL DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA



I. **DATOS GENERALES** Apellidos y nombres del Juez: **Mg. QF PANIAGUA SEGOVIA, Juan**

1.1. Grado académico: **MAESTRO**

1.2. Cargo e Institución donde labora: **DOCENTE/UNSCH**

1.3. Cuestionario 2: Satisfacción del usuario de QF Farmacia Magistral, San Juan de Lurigancho.

1.4. Autor del instrumento: **Bach. RAYMUNDO ORE, Josefina**

II. **ASPECTO DE LA EVALUACIÓN**

Considerar la escala de 1 al 5 donde:

1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy Bueno	5. Excelente
---------------	------------	----------	--------------	--------------

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
TOTAL						47

III. **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** El instrumento es pertinente y comprensible para el contexto del estudio. Presenta coherencia entre sus ítems y dimensiones, permitiendo recopilar información válida y confiable. Por tanto, es aplicable sin modificaciones sustanciales.

IV. **PUNTUACIÓN:**

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar y aplicar
41-50	Válido, aplicar



Firmado digitalmente
por Juan C. Paniagua
Segovia
Fecha: 2025.10.23
10:16:35 -05'00'

Firma del Experto
DNI: 80626048

Ayacucho, 23 de octubre del 2025

Constancia-Juez-03



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE MEDICINA HUMANA
ESCUELA PROFESIONAL DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA



I. DATOS GENERALES Apellidos y nombres del Juez: **Dr. RAMIREZ ROCA Emilio**

- 1.1 Grado académico: **DOCTOR**
- 1.2 Cargo e Institución donde labora: **DOCENTE/UNSCH**
- 1.3 Cuestionario 1: **Calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral, San Juan de Lurigancho.**
- 1.4 Autor del instrumento: **Bach. RAYMUNDO ORE, Josefina**

II. ASPECTO DE LA EVALUACIÓN

Considerar la escala de 1 al 5 donde:

1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy Bueno	5. Excelente
---------------	------------	----------	--------------	--------------

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					5
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					5
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.				4	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					5
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.				4	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.				4	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					5
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					5
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					5
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.				4	
TOTAL	PROMEDIO					46

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: EL INSTRUMENTO ES VALIDO Y APLICABLE

IV. PUNTUACIÓN:

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar y aplicar
41-50	Válido, aplicar

Firmado
digitalmente por
Dr. Emilio G.
Ramirez Roca
Fecha: 2025.10.17

06:39:33 -05'00'

Firma del Experto
DNI:06158242
Ayacucho, 17 de octubre de 2025

Constancia-Juez-03



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE MEDICINA HUMANA
ESCUELA PROFESIONAL DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA



I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres del Juez: **Dr. RAMIREZ ROCA Emilio**
 1.2. Grado académico: **DOCTOR**
 1.3. Cargo e Institución donde labora: **DOCENTE/UNSCH**
 1.4. Cuestionario 2: Satisfacción del usuario de QF Farmacia Magistral, San Juan de Lurigancho.
 1.5. Autor del instrumento: **Bach. RAYMUNDO ORE, Josefina**

II. ASPECTO DE LA EVALUACIÓN

Considerar la escala de 1 al 5 donde:

1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy Bueno	5. Excelente
---------------	------------	----------	--------------	--------------

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					5
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					5
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.				4	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				4	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					5
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.				4	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					5
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					5
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					5
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.				4	
TOTAL	PROMEDIO					46

2 OPINIÓN DE APLICABILIDAD: EL INSTRUMENTO ES VALIDO Y APLICABLE

3 PUNTUACIÓN:

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar y aplicar
41-50	Válido, aplicar

Firmado
digitalmente por
Dr. Emilio G.
Ramirez Roca
Fecha: 2025.10.17

Firma del Experto
DNI: 06158242

06:39:56 -05'00'

Ayacucho 17 de octubre de 2025

Anexo 7

Análisis del V de Aiken

V de Aiken del Cuestionario 1: Calidad atención percibida

INDICADORES	Juez 01	Juez 02	Juez 03	V de Aiken
CLARIDAD	5	5	5	1,000
OBJETIVIDAD	5	4	5	0,917
ACTUALIDAD	5	5	4	0,917
ORGANIZACIÓN	5	4	5	0,917
SUFICIENCIA	5	5	4	0,917
INTENSIONALIDAD	5	5	4	0,917
CONSISTENCIA	5	4	5	0,917
COHERENCIA	5	5	5	1,000
METODOLOGÍA	5	4	5	0,917
CONVENIENCIA	5	5	4	0,917
			V de Aiken =	0,933

Cálculo del V de Aiken-Calificación politómica

$$V = \frac{\bar{X} - l}{k}$$

- $\bar{X}$: Promedio de la calificación de los jueces expertos
 L : Es el valor mínimo en la escala de calificación
 K : Rango (diferencia entre el valor máximo y mínimo de la escala utilizada)

Criterios de puntuación

Rango de puntuación	Categoría
0,76 < V <= 1	Excelente
0,59 < V <= 0,76	Muy Bueno
0,41 < V <= 0,59	Bueno
0,24 < V <= 0,41	Regular
V <= 0,24	Deficiente

Interpretación:

V de Aiken = 1,0: Evidencia una concordancia absoluta entre los jueces evaluadores, lo que indica que el ítem fue valorado de manera unánime con la categoría de excelente

V de Aiken = 0,917: Refleja un nivel muy alto de acuerdo entre los jueces, aunque con una mínima variabilidad en las valoraciones; no obstante, el ítem continúa siendo considerado altamente pertinente.

Los resultados muestran que la mayoría de los ítems presentan un elevado nivel de concordancia entre los evaluadores, alcanzando un coeficiente promedio de $V=0,933$.

V de Aiken del cuestionario 2: Satisfacción del usuario

INDICADORES	Juez 01	Juez 02	Juez 03	V de Aiken
CLARIDAD	5	5	5	1,000
OBJETIVIDAD	5	5	5	1,000
ACTUALIDAD	5	5	4	0,917
ORGANIZACIÓN	5	4	4	0,833
SUFICIENCIA	5	4	5	0,917
INTENSIONALIDAD	5	5	4	0,917
CONSISTENCIA	5	4	5	0,917
COHERENCIA	5	5	5	1,000
METODOLOGÍA	5	5	5	1,000
CONVENIENCIA	5	5	4	0,917
V de Aiken =				0,942

Cálculo del V de Aiken-Calificación politómica

$$V = \frac{\bar{X} - l}{k}$$

$\bar{X}$: Promedio de la calificación de los jueces expertos

L : Es el valor mínimo en la escala de calificación

K : Rango (diferencia entre el valor máximo y mínimo de la escala utilizada)

Criterios de puntuación

Rango de puntuación	Categoría
$0,76 < V \leq 1$	Excelente
$0,59 < V \leq 0,76$	Muy Bueno
$0,41 < V \leq 0,59$	Bueno
$0,24 < V \leq 0,41$	Regular
$V \leq 0,24$	Deficiente

Interpretación:

V de Aiken = 1,0: Evidencia una concordancia absoluta entre los jueces evaluadores, lo que indica que el ítem fue valorado de manera unánime con la categoría de excelente

V de Aiken = 0,917; 0,833: Refleja un nivel muy alto de acuerdo entre los jueces, aunque con una mínima variabilidad en las valoraciones; no obstante, el ítem continúa siendo considerado altamente pertinente.

Los resultados muestran que la mayoría de los ítems presentan un elevado nivel de concordancia entre los evaluadores, alcanzando un coeficiente promedio de $V=0,942$.

Anexo 8

Cálculo de la confiabilidad-Alfa de Cronbach

Cuestionario 01- Calidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,944	25

Interpretación de los valores

RANGO	CONFIABILIDAD
Coeficiente Alfa >0,9	Excelente
Coeficiente Alfa >0,8	Bueno
Coeficiente Alfa >0,7	Aceptable
Coeficiente Alfa >0,6	Cuestionable
Coeficiente Alfa >0,5	Pobre
Coeficiente Alfa < 0,5	Inaceptable

Interpretación: Resultado del índice de confiabilidad Alfa de Cronbach del Cuestionario 1, aplicada a 20 encuestados en QF-Farmacia Magistral, sede-San Juan de Lurigancho, resultando “Excelente” ($\alpha=0,944$) de confiabilidad.

Cuestionario 02- Satisfacción

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,917	20

Interpretación de los valores

RANGO	CONFIABILIDAD
Coeficiente Alfa >0,9	Excelente
Coeficiente Alfa >0,8	Bueno
Coeficiente Alfa >0,7	Aceptable
Coeficiente Alfa >0,6	Cuestionable
Coeficiente Alfa >0,5	Pobre
Coeficiente Alfa < 0,5	Inaceptable

Interpretación: Resultado del índice de confiabilidad Alfa de Cronbach del Cuestionario 2, aplicada a 20 encuestados en QF-Farmacia Magistral, sede-San Juan de Lurigancho, resultando “Excelente” ($\alpha=0,917$) de confiabilidad.

Anexo 9

Carta de autorización



Farmacia Magistral

Lima, 19 de Agosto del 2025

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO NOMBRE DE LA EMPRESA

Sr.
Decano de la Facultad de Ciencias de la Salud
Universidad Nacional de San Cristobal de Huamanga

De mi consideración:

Yo, Antonio Ortiz Contreras, identificado con DNI N.° 80037229, en mi calidad de Gerente General de la empresa Corporación QF SAC, con RUC N.° 20523915399, (QF FARMACIA MAGISTRAL), con domicilio legal en Jr. Carlos Augusto Salaverry 3834, Urb. Panamericana Norte – Los Olivos – Lima.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN

A la Srta. **Josefina Raymundo Ore**, identificada con DNI N.° 71014816, Bachiller de la Escuela Profesional de Farmacia y Bioquímica de la **Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga**, se le autoriza el uso del nombre de la empresa **Corporación QF SAC – QF Farmacia Magistral** en el título de su Trabajo de Tesis. Asimismo, se le concede permiso para la realización de encuestas y la toma de datos dentro de nuestro establecimiento farmacéutico, ubicado en **Mz. D1 Lote 12, Urb. Los Pinos, San Juan de Lurigancho – Lima**, a fin de que pueda cumplir con los requisitos necesarios para la obtención de su título profesional de **Químico Farmacéutico**.

Sin otro particular, quedo de usted.

Atentamente,



CORPORACIÓN QF S.A.C.
ANTONIO ORTIZ CONTRERAS
DNI: 80037229
GERENTE GENERAL
RUC: 20523915399

ANTONIO ORTIZ CONTRERAS
GERENTE GENERAL
Corporación QF SAC

Un medicamento personalizado para ti

Dirección:
Jr. Carlos Augusto Salaverry 3830-3832
Urb. Panamericana Norte – Los Olivos

 @farmaciasqfperu

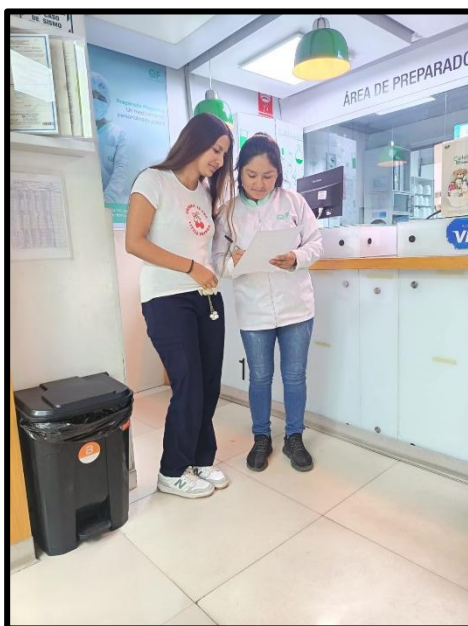
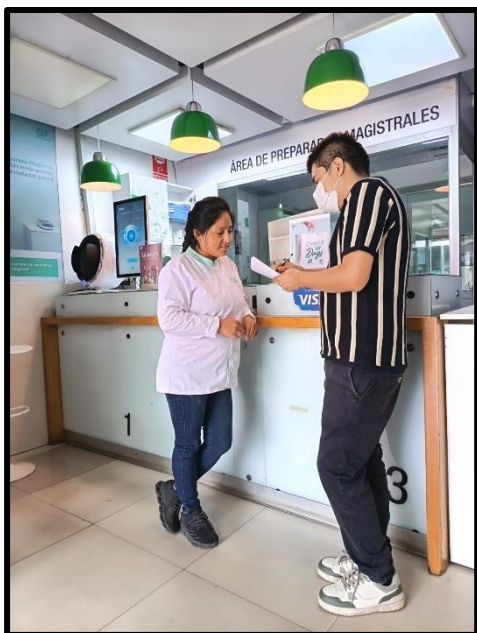
 @qffarmaciamagistral

 www.qf.com.pe



Anexo 10

Recolección de información en QF Farmacia Magistral Sede-SJL



Anexo 11

Frecuencias de la variable calidad y sus dimensiones

Calidad	N	%
Alta	371	96,6
Moderada	13	3,4
Baja	0	0,0
Total	384	100,00

	Fiabilidad		Capacidad de respuesta		Seguridad		Empatía		Aspectos tangibles	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Alta	341	88,8	339	88,3	329	85,7	342	89,1	342	89,1
Moderada	43	11,2	45	11,7	55	14,3	42	10,9	42	10,9
Baja	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	384	100	384	100	384	100	384	100	384	100

Anexo 12

Frecuencias de la variable satisfacción y sus dimensiones

Satisfacción	N	%
Alta	377	98,2
Moderada	7	1,8
Baja	0	0,0
Total	384	100,00

	Expectativas cumplidas		Percepción del servicio		Fidelización e intención de retorno		Confianza en el personal	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Alta	358	93,2	346	90,1	369	96,1	358	93,2
Moderada	26	6,8	38	9,9	15	3,9	26	6,8
Baja	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	384	100	384	100	384	100	384	100

Anexo 13

Prueba de normalidad de las variables

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	Gl	Sig.
Calidad	0,540	384	0,000
Fiabilidad	0,527	384	0,000
Capacidad de respuesta	0,525	384	0,000
Seguridad	0,515	384	0,000
Empatía	0,527	384	0,000
Aspectos tangibles	0,527	384	0,000
Satisfacción	0,536	384	0,000
Expectativas cumplidas	0,538	384	0,000
Percepción del servicio	0,531	384	0,000
Fidelización e intención de retorno	0,541	384	0,000
Confianza en el personal	0,538	384	0,000

*a. Corrección de la significación de Lilliefors

Anexo 14

Correlación de Spearman de la variable calidad y satisfacción

		Calidad	Satisfacción
Rho de Spearman	Calidad	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	0,728**
		N	384
	Satisfacción	Coefficiente de correlación	0,728**
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Anexo 15

Correlación de Spearman de los indicadores de las variables calidad y satisfacción

			Fiabilidad	Expectativas cumplidas
Rho de Spearman	Fiabilidad	Coefficiente de correlación	1,000	0,759**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Expectativas cumplidas	Coefficiente de correlación	0,759**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

			Fiabilidad	Percepción del servicio
Rho de Spearman	Fiabilidad	Coefficiente de correlación	1,000	0,933**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Percepción del servicio	Coefficiente de correlación	0,933**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

			Fiabilidad	Fidelización e intención de retorno
Rho de Spearman	Fiabilidad	Coefficiente de correlación	1,000	0,568**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Fidelización e intención de retorno	Coefficiente de correlación	0,568**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

			Fiabilidad	Confianza en el personal
Rho de Spearman	Fiabilidad	Coeficiente de correlación	1,000	0,759**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Confianza en el personal	Coeficiente de correlación	0,759**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

			Capacidad de respuesta	Expectativas cumplidas
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	1,000	0,740**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Expectativas cumplidas	Coeficiente de correlación	0,740**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

			Capacidad de respuesta	Percepción del servicio
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	1,000	0,910**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Percepción del servicio	Coeficiente de correlación	0,910**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

			Capacidad de respuesta	Fidelización e intención de retorno
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	1,000	0,553**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Fidelización e intención de retorno	Coeficiente de correlación	0,553**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

			Capacidad de respuesta	Confianza en el personal
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	1,000	0,740**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Confianza en el personal	Coeficiente de correlación	0,740**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

			Seguridad	Expectativas cumplidas
Rho de Spearman	Seguridad	Coeficiente de correlación	1,000	0,659**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Expectativas cumplidas	Coeficiente de correlación	0,659**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

			Seguridad	Percepción del servicio
Rho de Spearman	Seguridad	Coeficiente de correlación	1,000	0,811**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Percepción del servicio	Coeficiente de correlación	0,811**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

			Seguridad	Fidelización e intención de retorno
Rho de Spearman	Seguridad	Coeficiente de correlación	1,000	0,493**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Fidelización e intención de retorno	Coeficiente de correlación	0,493**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

			Seguridad	Confianza en el personal
Rho de Spearman	Seguridad	Coeficiente de correlación	1,000	0,659**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Confianza en el personal	Coeficiente de correlación	0,659**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

			Empatía	Expectativas cumplidas
Rho de Spearman	Empatía	Coeficiente de correlación	1,000	0,769**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Expectativas cumplidas	Coeficiente de correlación	0,769**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

			Empatía	Percepción del servicio
Rho de Spearman	Empatía	Coeficiente de correlación	1,000	0,946**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Percepción del servicio	Coeficiente de correlación	0,946**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

			Empatía	Fidelización e intención de retorno
Rho de Spearman	Empatía	Coeficiente de correlación	1,000	0,575**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Fidelización e intención de retorno	Coeficiente de correlación	0,575**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

			Empatía	Confianza en el personal
Rho de Spearman	Empatía	Coeficiente de correlación	1,000	0,769**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Confianza en el personal	Coeficiente de correlación	0,769**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

			Aspectos tangibles	Expectativas cumplidas
Rho de Spearman	Aspectos tangibles	Coeficiente de correlación	1,000	0,769**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Expectativas cumplidas	Coeficiente de correlación	0,769**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

			Aspectos tangibles	Percepción del servicio
Rho de Spearman	Aspectos tangibles	Coeficiente de correlación	1,000	0,946**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Percepción del servicio	Coeficiente de correlación	0,946**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

			Aspectos tangibles	Fidelización e intención de retorno
Rho de Spearman	Aspectos tangibles	Coeficiente de correlación	1,000	0,575**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Fidelización e intención de retorno	Coeficiente de correlación	0,575**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

			Aspectos tangibles	Confianza en el personal
Rho de Spearman	Aspectos tangibles	Coeficiente de correlación	1,000	0,769**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	384	384
	Confianza en el personal	Coeficiente de correlación	0,769**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	384	384

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Anexo 16

Matriz de consistencia

Título: Satisfacción y calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral, San Juan de Lurigancho, 2025

Autora: Bach. Josefina RAYMUNDO ORE

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
Problema general ¿Existe relación entre la satisfacción y la calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho? Problemas específicos - ¿Cuál es la calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho? - ¿Cuál es la satisfacción percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho?	Objetivo general Determinar la relación entre la satisfacción y calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del Distrito de San Juan de Lurigancho. Objetivos específicos - Determinar la calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho. - Determinar la satisfacción percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho.	Hipótesis general: Existe una relación significativa entre la satisfacción y la calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho. Hipótesis específicas: - Los usuarios perciben una calidad de atención moderada a alta en los servicios brindados por QF Farmacia Magistral. - Los usuarios de QF Farmacia Magistral presentan una satisfacción moderada a alta respecto a la atención recibida.	1. Calidad de atención Dimensiones: - Fiabilidad. - Capacidad de respuesta. - Seguridad. - Empatía. - Aspectos tangibles.	Alcance de investigación: Tiene un alcance descriptivo–correlacional. Unidad de análisis: Usuarios que acudieron a QF Farmacia Magistral, distrito de San Juan de Lurigancho-Lima, durante el mes de enero y febrero del 2026. Población: Personas que acudieron a QF Farmacia Magistral, de acuerdo con el INEI, la población de referencia corresponde a 804 732 habitantes. Muestra: La muestra estuvo conformada por varones y mujeres mayores de edad que acudieron a QF Farmacia Magistral. El Tamaño de muestra fue 384 personas. El tipo de muestreo fue no probabilístico, por conveniencia. Técnicas e instrumentos de recolección de datos: Técnica de recolección de datos: La técnica que se empleó fue la encuesta.

Anexo 16

Matriz de consistencia (continuación)

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
- ¿Qué relación existe entre las dimensiones de la satisfacción y la calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho?	- Determinar la relación entre las dimensiones de satisfacción y calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho.	- Existe una relación significativa entre las dimensiones de la satisfacción y las dimensiones de la calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral del distrito de San Juan de Lurigancho.	2. Satisfacción del usuario Dimensiones: - Expectativas cumplidas. - Percepción del servicio. - Fidelización e intención de retorno. - Confianza en el personal.	Instrumento de recolección de datos: El instrumento utilizado fue el cuestionario. La primera parte fue adaptada a partir de lo propuesto por Luna y Torres (2022), siguiendo el modelo SERVPERF. Midió la calidad de atención percibida y estuvo conformado por cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y aspectos tangibles. Asimismo, incluyó 25 ítems, cuyas alternativas fueron elaboradas mediante la escala de Likert con puntuaciones de 1 a 5, estableciéndose una escala de medición (bajo, moderado y alto). La segunda parte del instrumento correspondió al Cuestionario 2, adaptado de la propuesta de Pumacchahua (2024), el cual permitió evaluar la satisfacción del usuario. Conformado por cuatro dimensiones: expectativas cumplidas, percepción del servicio, fidelización e intención de retorno y confianza en el personal. Incluyó 20 ítems, cuyas alternativas de respuesta se estructuraron bajo la escala de Likert con puntuaciones de 1 a 5, estableciéndose niveles de medición bajo, moderado y alto. Análisis de datos: Los datos recolectados fueron registrados y procesados en el software Microsoft Excel 2023. Posteriormente, se realizó un análisis descriptivo con el propósito de obtener frecuencias y porcentajes correspondientes a las respuestas de los participantes, cuyos resultados fueron presentados en tablas y figuras, en el marco de la estadística descriptiva. Asimismo, para el análisis inferencial se empleó el coeficiente de correlación de Spearman, considerando un nivel de significancia de $p < 0,05$.

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
RESOLUCIÓN DECANAL N° 512-2026-UNSCH-FCSA-D

BACHILLER:

JOSEFINA RAYMUNDO ORE

En la ciudad de Ayacucho, siendo las ocho y diecisiete de la mañana del día dieciséis del mes de julio del año dos mil veintiséis, se reunieron en el aula J-201 los docentes miembros del jurado evaluador, para el acto de sustentación de trabajo de tesis titulado: **Satisfacción y calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral, San Juan de Lurigancho, 2025.** presentando por la bachiller **JOSEFINA RAYMUNDO ORE** para optar el título profesional de Químico Farmacéutico.

Los miembros del jurado de sustentación conformado por:

Presidente	: Prof. Luisa Noa Yarasca (Delegado por el Decano)
Miembros	: Prof. Luisa Noa Yarasca
	: Prof. Pablo Williams Común Ventura
4to jurado	: Prof. Mónica Gómez Quispe
Asesor	: Prof. Cinthia Gavilán Zamora
Secretario Docente	: Prof. Elmer Riveros Agüero

Con el quorum de reglamento se dio inicio la sustentación de tesis, la presidente de la comisión pide al secretario docente dar lectura a los documentos presentados por el recurrente, resolución decanal y algunas indicaciones a la sustentante.

Acto seguido inicia la exposición de la Bachiller: JOSEFINA RAYMUNDO ORE, una vez finalizado, la presidente de la comisión solicita a los miembros del jurado evaluador realizar sus respectivas preguntas, seguidamente se da pase al asesor de tesis, para que pueda aclarar algunas preguntas, interrogantes.

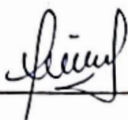
El presidente invita al sustentante abandonar el auditorium para que pueda proceder con la calificación.

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN FINAL

JURADOS	TEXTO	EXPOSICIÓN	PREGUNTAS	P. FINAL
Prof. Luisa Noa Yarasca	15	15	15	15
Prof. Pablo Williams Común Ventura	17	17	16	17
Prof. Mónica Gómez Quispe	17	17	17	17
PROMEDIO FINAL				16

De la evaluación realizada por los miembros del jurado calificador, llegaron al siguiente resultado: Aprobar a la Bachiller JOSEFINA RAYMUNDO ORE; quien obtuvo la nota final de dieciséis (16) para la cual los miembros del jurado evaluador firman al pie del

presente, siendo la 09:20 horas de la tarde, se da por concluido el presente acto académico.



Prof. Luisa Noa Yarasca

Presidente



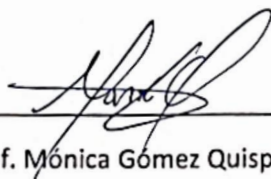
Prof. Luisa Noa Yarasca

Miembro



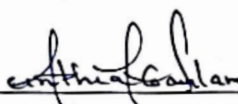
Prof. Pablo Williams Común Ventura

Miembro



Prof. Mónica Gómez Quispe

Miembro



Prof. Cinthia Gavilán Zamora

Asesora



Prof. Elmer Riveros Agüero

Secretario Docente

**UNSCH**FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA SALUDESCUELA PROFESIONAL DE
FARMACIA Y BIOQUÍMICA

El Instructor en Segunda Instancia, en virtud de la RCU N° 039 – 2021 – UNSCH – CU, y en calidad de Director de la Escuela Profesional de Farmacia y Bioquímica, emite la presente

CONSTANCIA

DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A Josefina Raymundo Ore, Bachiller de la Escuela Profesional de Farmacia y Bioquímica de la Facultad de Ciencias de la Salud, en mérito a que la tesis titulada: Satisfacción y calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral, San Juan de Lurigancho, 2025; ha alcanzado un índice de similitud de 23 % (veintitrés por ciento); cumpliendo satisfactoriamente lo establecido en el Art. 13 del Reglamento de Originalidad de Trabajos de Investigación de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga mediante el uso del SOFTWARE TURNITIN.

En tal sentido, se emite la presente constancia en señal de conformidad.

Ayacucho, 09 de julio de 2026

Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga
Facultad de Ciencias de la Salud
Escuela Profesional de Farmacia y Bioquímica


Dr. Enrique Javier Aguilar Felices
Director

Firmado
digitalmente por
Enrique Javier
Aguilar Felices
Fecha:
2026.07.09
22:23:59 -05'00'

CONTANCIA N° 017 - 2026

Satisfacción y calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral, San Juan de Lurigancho, 2025

por Josefina RAYMUNDO ORE

Fecha de entrega: 09-jul-2026 09:46p. m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2995832763

Nombre del archivo: BORRADOR_DE_TESIS.pdf (3.78M)

Total de palabras: 16155

Total de caracteres: 88427

Satisfacción y calidad de atención percibida por los usuarios de QF Farmacia Magistral, San Juan de Lurigancho, 2025

INFORME DE ORIGINALIDAD

23%	23%	17%	15%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga
	Trabajo del estudiante
2	repositorio.uwiener.edu.pe
	Fuente de Internet
3	hdl.handle.net
	Fuente de Internet
4	repositorio.unsch.edu.pe
	Fuente de Internet
5	Rodas Trujillo, Karem Justhin. "Nivel de satisfacción del usuario y calidad de atención brindada en el servicio de farmacia. Centro de salud Miraflores Alto_Chimbote, 2021", Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Peru)
	Publicación
6	repositorio.unasam.edu.pe
	Fuente de Internet
7	www.cuidadoysaludpublica.org.pe
	Fuente de Internet
8	www.grafiati.com
	Fuente de Internet
9	Submitted to Universidad Nacional de Piura
	Trabajo del estudiante
10	Velásquez Carrasco, Luzmila Yolanda. "Grado de satisfacción de las usuarias y la calidad de atención brindada en el consultorio de obstetricia. Centro salud Miraflores Alto_Chimbote, 2021", Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Peru)
	Publicación
11	Poma Mamani, Bacilia. "Nivel de satisfacción del usuario en el servicio de emergencia, Hospital Regional Manuel Núñez Butrón, ciudad de Puno, 2024", Universidad Nacional Altiplano de Puno (Peru), 2025
	Publicación
12	repositorio.unaj.edu.pe
	Fuente de Internet

13

repositorio.usmp.edu.pe

Fuente de Internet

14

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

15

repositorio.uma.edu.pe

Fuente de Internet

16

alicia.concytec.gob.pe

Fuente de Internet

17

repositorio.uleam.edu.ec

Fuente de Internet

18

Velásquez Carrasco, Ninia Hermelinda. "Grado de satisfacción de las usuarias y la calidad de atención brindada en el consultorio de obstetricia. Centro de Salud Progreso-Chimbote, 2021", Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Peru)

Publicación

19

repositorio.uap.edu.pe

Fuente de Internet

20

repositorio.usil.edu.pe

Fuente de Internet

21

[Submitted to Universidad Nacional Amazonica de Madre de Dios](#)

Trabajo del estudiante

22

latam.redilat.org

Fuente de Internet

Excluir citas

Excluir bibliografía

Activo

Activo

Excluir coincidencias

< 30 words