

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE
HUAMANGA**

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



**Calidad de servicio en las oficinas farmacéuticas
privadas del distrito de Ayacucho, 2021.**

Tesis para Optar el Título Profesional de:

QUÍMICO FARMACÉUTICO

**Presentado por:
Bach. GONZÁLES AYALA, Janett**

**Asesora:
Prof. NOA YARASCA, Luisa**

AYACUCHO – PERÚ

2022

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

RESOLUCIÓN DECANAL N° 383 - 2022-FCSA-UNSCH-D

BACHILLER: Janett GONZALES AYALA

En la ciudad de Ayacucho, siendo las diez de la mañana del día ocho del mes de julio del año dos mil veintidós, se reunieron a través de la plataforma virtual los docentes miembros del jurado de la Escuela Profesional de Farmacia y Bioquímica, para el acto de sustentación de trabajo de tesis titulado: "**Calidad de servicio en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021**", presentado por la bachiller **Janett GONZALES AYALA** para optar el título profesional de Químico Farmacéutica. Los miembros del Jurado de Sustentación conformado por:

Presidenta : Prof. Maricela López Sierralta
Miembros : Prof. Johnny A. Tinco Jayo
Prof. Pablo W. Común Ventura
4to jurado y secretario docente : Prof. Edgar Cárdenas Landeo
Asesor : Prof. Luisa Noa Yarasca

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

Da inicio la exposición la Bachiller: **Janett GONZALES AYALA**. Una vez concluida, el presidente de la comisión solicita a los miembros del jurado evaluador realizar sus respectivas preguntas, seguidamente da pase a la asesora de tesis Profesor Luisa Noa Yarasca, para que pueda aclarar algunas preguntas, interrogantes, aclaraciones.

El presidente invita al sustentante abandonar el espacio virtual para que puedan proceder con la calificación.

RESULTADO DE LA EVALUACIÓN FINAL

Bachiller: **Janett GONZALES AYALA**.

JURADOS	TEXTO	EXPOSICIÓN	PREGUNTAS	P. FINAL
Prof. Maricela López Sierralta	15	16	16	16
Prof. Johnny A. Tinco Jayo	16	16	16	16
Prof. Pablo W. Común Ventura	16	15	14	15
Prof. Edgar Cárdenas Landeo	16	16	14	15
Prof. Luisa Noa Yarasca	16	17	17	17
PROMEDIO FINAL				16

De la evaluación realizada por los miembros del jurado calificador, llegaron al siguiente resultado: Aprobar a la Bachiller **Janett GONZALES AYALA**; quien obtuvo la nota final de **DIECISEIS (16)** para la cual los miembros del jurado evaluador firman al pie del presente, siendo las 12 y 05 de la tarde, se da por concluido el presente acto académico virtual.


Firmado digitalmente por
MARICELA LÓPEZ SIERRALTA
Fecha: 2022.07.08
12:25:28 -05'00'

Prof. Maricela López Sierralta

Presidente


Firmado digitalmente por
Dr. Johnny Aldo TINCO JAYO
Fecha: 2022.07.08
12:27:00 -05'00'

Prof. Johnny A. Tinco Jayo

Miembro


Firmado digitalmente
por Dr. PABLO
WILLIAMS COMÚN VENTURA
Fecha: 2022.07.08
12:23:24 -05'00'

Prof. Pablo W. Común Ventura

Miembro


Firmado digitalmente por
CARDENAS LANDEO EDGAR
Fecha: 2022.07.08
12:38:18 -05'00'

Prof. Edgar Cárdenas Landeo

Miembro - secretario Docente


Firmado digitalmente por
Mg. QF. LUISA
NOA YARASCA
Fecha:
2022.07.08
12:33:15 -05'00'

Prof. Luisa Noa Yarasca

Miembro asesor

Dedicado a mi familia, quienes me han apoyado a culminar la carrera profesional. Y muy especialmente a mi hijo Rodrigo.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios y a mis padres por haberme dado el regalo más valioso, la vida.

Además, quiero agradecer a la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga y a los docentes de la Escuela Profesional de Farmacia y Bioquímica por darme la oportunidad de ser profesional y contribuir en la mejora de la calidad de vida de los pacientes.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
ÍNDICE DE ANEXOS	xiii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
2.1. Marco Conceptual	8
2.2.1. Definición de calidad.	8
2.2.2. Definiciones de calidad según diferentes autores	8
2.2.3. Marketing de servicios	10
2.2.4. La calidad en los servicios	11
2.2.5. Calidad de atención	11
2.2.6. Dimensiones de la calidad de atención	12
2.2.7. Modelo Servqual	14
2.2.8. Modelo Servqual en el área de salud	16
2.2.9. Satisfacción del usuario	17
2.2.10. Calidad de atención en salud	18
2.2.11. Calidad de atención	19
III. MATERIALES Y MÉTODOS	23
3.1. Tipo y diseño de investigación	23
3.2. Población, muestra y sistema de muestreo	24
3.3. Técnica, instrumento y procedimiento de recolección de datos	26
3.4. Análisis de datos	29
IV. RESULTADOS	31
V. DISCUSIÓN	40
VI. CONCLUSIONES	45
VII. RECOMENDACIONES	47
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49
IX. ANEXOS	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Evolución cronológica del SERVQUAL	16
Tabla 2.	Población del departamento de Ayacucho, provincia Huamanga, distrito de Ayacucho de 18 a 65 y más años de edad.	24
Tabla 3.	Escala de Likert	27
Tabla 4.	Prueba de confiabilidad de la variable de estudio calidad de servicio	30
Tabla 5.	Dimensión global de calidad de servicio	32
Tabla 6.	Indicadores de elementos tangibles	33
Tabla 7.	Indicadores de fiabilidad	34
Tabla 8.	Indicadores de Sensibilidad	35
Tabla 9.	Indicadores de seguridad	36
Tabla 10.	Indicadores de empatía	37
Tabla 11.	Indicadores de las 5 dimensiones	38

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Círculo de la calidad y sus dimensiones	14
Figura 2.	Factores que influyen en las expectativas	15
Figura 3.	Calidad en Salud	19
Figura 4.	Estructura, proceso y resultado de la atención sanitaria	21
Figura 5.	Calidad de servicio brindada por las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho 2021.	31
Figura 6.	Calidad del servicio en la dimensión de elementos tangibles brindada por las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho 2021.	60
Figura 7.	Calidad del servicio en la dimensión de fiabilidad brindada por las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho 2021.	60
Figura 8.	Calidad del servicio en la dimensión de sensibilidad brindada por las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho 2021.	61
Figura 9.	Calidad del servicio en la dimensión de seguridad brindada por las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho 2021.	61
Figura 10.	Calidad del servicio en la dimensión de empatía brindada por las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho 2021.	62
Figura 11.	Calidad del servicio en dimensiones globales brindada por las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho 2021.	62

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.	Instrumentos para la recolección de datos	55
Anexo 2.	Consentimiento informado	56
Anexo 3.	Población de estudios	57
Anexo 4.	Matriz de consistencia	58
Anexo 5.	Operacionalización de variables	59
Anexo 6.	Resultados	60

RESUMEN

Actualmente la calidad de servicio es un factor relevante en los diferentes negocios del sector privado, pues representa una ventaja competitiva para la organización debido a la existencia de variedad de oficinas farmacéuticas en el mercado. Por lo cual, el presente estudio tiene el objetivo de evaluar la calidad de servicio en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, utilizando el modelo Servqual, que evalúa la calidad del servicio a través de 5 dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, sensibilidad, empatía y seguridad. La información se obtuvo a través de la entrevista guiada con el cuestionario Servqual realizadas a los usuarios. Para determinar los datos acopiados se procesó mediante la base de datos SPSS. Los resultados de la investigación reflejan que existe una alta calidad de servicio 79.2% (194 usuarios), y evaluando cada una de las cinco dimensiones se tiene que, las cinco dimensiones tienen alta calidad de servicio representado por 70% (171 usuarios), 69% (169 usuarios), 72% (176 usuarios), 74% (181 usuarios) y 73% (180 usuarios) en las dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad, sensibilidad, seguridad y empatía respectivamente. Asimismo, los resultados de la presente investigación muestran que existe una alta calidad de servicio en las oficinas farmacéuticas del distrito de Ayacucho. Encontrando que la dimensión de fiabilidad muestra una característica a mejorar, como es el ofrecer un servicio con registros libres de error buscando la estandarización de los procesos durante el desarrollo de las actividades en las oficinas farmacéuticas. Estandarizar el procedimiento desde la recepción de mercadería, almacenamiento, hasta la dispensación, lo que contribuirá a mejorar el nivel de servicio ofrecido por el profesional Químico Farmacéutico en las oficinas farmacéuticas del distrito de Ayacucho.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel internacional la Federación Farmacéutica Internacional y la Organización Mundial de la Salud (OMS) determinaron las normas y guías para medir la calidad que ofrece el farmacéutico al consumidor durante el servicio que presta a cada paciente. (1)

A nivel nacional, por la pandemia del Covid-19, el Colegio Químico Farmacéutico del Perú a través del registro para realizar la atención farmacéutica en pacientes con Covid-19 establece fortalecer las medidas de precaución de la práctica asistencial dentro de las instituciones farmacéuticas públicos y privados, reforzando la calidad del servicio para satisfacer a los clientes. (2)

A nivel regional esta problemática tiene que ser abordada para ofrecer un servicio de calidad eficiente a los clientes, se generan políticas de índole en la salud, con el Documento Técnico del Sistema de Gestión de Calidad en Salud del MINSA; que en el quinto lineamiento establece “perfeccionamiento progresivo del acceso a los servicios de salud de calidad”, planteando como fin: extender la oferta, mejorando propiamente la calidad, y sobre todo estructurar su organización en las entidades de salud, cubriendo las necesidades y demandas de sus usuarios”. (3)

A nivel local, con el trabajo de tesis busca evaluar la calidad en la atención que ofrecen las oficinas farmacéuticas (boticas y/o farmacias) a los usuarios en la región de Ayacucho. Esta herramienta de gestión administrativa permite a las oficinas farmacéuticas la supervivencia, crecimiento y éxito, dentro de un mercado competitivo

real y actual, donde existe cada vez mayor participación de las cadenas de boticas. Evaluar la calidad, como principal objetivo; alcanzar la satisfacción de las necesidades del cliente de manera personalizada, para lograr fidelizarlo y así obtener beneficios mutuos.

Para tener en cuenta una percepción integrada de la calidad en la atención se han evaluado las siguientes variables de estudio: Infraestructura de las instalaciones en las oficinas farmacéuticas (boticas y/o farmacias), accesibilidad (ubicación), stock de los productos farmacéuticos, costo competitivo de los productos farmacéuticos y capacitación del personal que dispensa en las oficinas farmacéuticas.

Justificación tecnológica con la tesis se propone alternativas de solución para alcanzar la calidad en la asistencia que ofrecen las oficinas farmacéuticas, Justificación humanística conocer el nivel de calidad en el servicio que ofrecen las oficinas farmacéuticas, justificación científica aportar en el ámbito científico con conocimientos de calidad en el servicio en las oficinas farmacéuticas del distrito de Ayacucho, debido a que se planteó como motivo principal para estimar la calidad del servicio en las oficinas.

El método de investigación es un estudio descriptivo, prospectivo. Que propone alternativas para identificar las variables de calidad de atención al cliente, evaluando cómo ponen en práctica estos parámetros las oficinas farmacéuticas durante su atención al usuario. Por lo cual se plantearon los siguientes objetivos:

Objetivo general.

- Evaluar la calidad de servicio en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021.

Objetivos específicos.

- Analizar los elementos tangibles en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021.
- Describir las características que, presentada la fiabilidad en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021.

- Determinar las características que presenta la sensibilidad en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021.
- Evaluar la seguridad que perciben los clientes durante la prestación del servicio en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021.
- Determinar las características que presenta la empatía hacia los clientes en las oficinas farmacéuticas del distrito de Ayacucho, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

En cuanto a los precedentes a nivel internacional, podemos citar a los siguientes:

Choque, et al., (2019) en el articulado sostuvo como objetivo “instituir la correspondencia del grado de satisfacción percibida al cliente interno y externo de las farmacias comunitarias privadas de la Ciudad de Sucre 2019”. A 53 farmacias se realizó un análisis cuantitativo, correlacional, transversal. Se investigó a 108 clientes externos y 1 cliente interno por cada farmacia, todos mayores de 18 años. Mediante la investigación se produjo como resultado que la mayoría (53,7%) de clientes externos afirman que la posición y la ubicación de acceso es buena, el horario de atención (59,26%), convenio y cortesía del personal (56,48%), sin embargo, la sala de espera es calificada como regular (43,52%). Por otro lado, la percepción que tienen los clientes internos a cerca de la sala de espera es buena (41,51%). En conclusión, encontraron que existe una satisfacción por la atención recibida tanto en los usuarios externos como internos. (4)

Maggi W. (2018) en su artículo establece como finalidad “Establecer la afectación de la índole en la atención, que se brinda al servicio de emergencia pediátrica del Hospital General de Milagro sobre la satisfacción de los usuarios”, para obtener la denominación de magíster en gerencia en asistencia de la salud, realizado en Guayaquil Ecuador el año 2018. La investigación toma un modelo de 357 representantes de los niños. La Metodología utilizada es SERVQUAL, referida a 5 dimensiones, siendo: evidente, veracidad, sensibilidad, seguridad y empatía. El

esquema de la investigación fue transversal analítico, el acopio de datos se realizó en el Hospital General de Milagro en agosto de 2017. Lograron demostrar la existencia de una regular a buena atención por parte del personal que labora dentro del nosocomio y que es de menester poder invertir dicha valoración, para poder lograr una mayor seguridad de sus clientes que asisten a sus diversas áreas médicas. (5)

Sánchez, et al., (2015) en su investigación plantea como finalidad “Examinar el valor de satisfacción del cliente interno dentro del nosocomio y de los pacientes de un Servicio de Farmacia e identificar oportunidades de mejora, en base a la legislación ISO 9001:2008”. Se realizó un análisis transversal en el Hospital Virgen de la Luz- Gerencia de Atención Integrada de Cuenca (España), donde se tomó como muestra 231 facultativos especialistas de área, 288 de enfermería y una muestra de 314 del cliente externo. Este estudio concluye que, respecto al cliente externo, que en un porcentaje alto la atención del personal que trabajo en este centro hospitalario es de bueno a muy bueno, al igual que dentro de la propia tesis se sugiere una mayor participación de los profesionales en la mejora continua en el aprendizaje y dación de la atención medica hacia sus pacientes. (6)

A nivel nacional tenemos los siguientes precedentes:

Díaz y Yampi., (2017) en su investigación plantearon la finalidad de “Conocer el nivel de satisfacción de los clientes, de las farmacias Mifarma del Sector Angamos de Surquillo – Lima, en el año 2017”. El artículo realizó un estudio con enfoque descriptivo, de la delineación observacional, transversal y prospectivo, la población estuvo representada por 91346 y la muestra por 383 clientes. La investigación se desarrolló el mes de octubre del 2017, empleando un cuestionario estructurado con 22 interrogantes cerradas de modelo escala Likert. el resultado se obtuvo lo siguiente: 1,00 – 3, 00 = satisfacción baja, 3,01 – 5,00 = satisfacción media y 5,01 – 7,00 = satisfacción alta, donde se concluye que los usuarios manifiestan tener una satisfacción alta por la atención recibida, además ningún cliente manifiesta satisfacción baja, 8,7% ha sido el porcentaje de satisfacción media y 91.3% de satisfacción alta. Finalmente determinaron que, la colectividad de clientes manifiesta tener mayor nivel de satisfacción, siendo los mismos de ambos géneros, y a la vez

teniendo en cuenta los aspectos de fiabilidad, sensibilidad, seguridad, afinidad y tangibilidad. (7)

Ramírez (2016) Calidad de asistencia y satisfacción del usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas, para obtener el Grado de Magister en Gestión Pública el estudio tuvo como finalidad: Conocer la correlación de la calidad de servicio, en la satisfacción del usuario del área de Farmacia del hospital Santa Gema de Yurimaguas. El estudio es de carácter descriptivo, con dos variables, en un diseño correlacional, donde se estableció la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, con una muestra de 30 clientes del área de farmacia del hospital Santa Gema de Yurimaguas. De acuerdo a la apreciación de los usuarios, la calidad del servicio se analizó en 4 dimensiones: fiabilidad, tangibilidad, seguridad y empatía. Se identificó que el 67 % de los encuestados indican que existe una mediana calidad de servicio en el área de Farmacia, por tanto, sus dimensiones fiabilidad, tangibilidad, seguridad y empatía son favorables, pero necesitan, reactualizarse. La mayor parte de los entrevistados están en oposición a los parámetros materiales (Tangibilidad) que posee el hospital ABC, en especial el área de Farmacia, obteniendo solamente 266 puntos en esta dimensión. Los hallazgos determinados en la investigación, han determinado la existencia de áreas débiles en la prestación de los servicios sanitarios que ofrece. (8)

Cabello, Quirinos (2012) en su investigación "Validación y aplicabilidad de encuestas SERVQUAL modificadas para medir la satisfacción de usuarios externos en servicios de salud" plantearon como objetivo: Establecer y fijar la aplicación de las encuestas, en relación, a la propia satisfacción de sus usuarios, ya sea en consulta de carácter externo, y en atención en emergencia de un establecimiento de salud pública. Esta investigación, posee un carácter descriptivo, transversal, basado en la encuesta SERVQUAL. Dentro de las conclusiones planteadas en la investigación encontramos que: Las encuestas, han demostrado propiedades psicométricas, siendo establecidas como instrumentos válidos, confiables y aplicables, donde se mida el nivel de satisfacción de los usuarios externos, donde se logre identificar los factores que generan la insatisfacción e implementar proyectos de mejora. (9)

A nivel local tenemos los siguientes antecedentes:

Nolasco y Zea (2017) en su tesis Ges: “Calidad de servicio hacia el usuario externo en la oficina de almacén central de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga-2017” planteó el objetivo de: Analizar la opinión del usuario externo, sobre la propia calidad de servicio, en la oficina de almacén de la Universidad Nacional de San Cristóbal De Huamanga en el año 2017. Donde realiza un diseño de investigación descriptivo simple, donde establece como única variable la calidad del servicio y plantea cinco dimensiones para medir esta variable; elementos tangibles, fiabilidad, sensibilidad, seguridad y empatía. Encontrándose que el 63,3% (38) de encuestados percibe que la calidad del servicio en la oficina de almacén central es regular. La sensibilidad, empatía, seguridad, confianza y elementos tangibles también son considerados regulares en un 40,0% (24) de encuestados, el 56,7% (34) de encuestados, el 53,3% (32) de encuestados el 56,7% (34) de encuestados el 53,3% (34) de encuestados, respectivamente. (10)

2.1. Marco Conceptual

2.2.1. Definición de calidad.

Esta se conceptúa, como una de las cualidades que identifica un producto o servicio, buscando satisfacer las necesidades implícitas o explícitas del cliente o usuario, reflejándose en la propia entrega y la dación del servicio con libertad de defectos. Toda esta actividad va en relación al cumplimiento de las especificaciones y deseos del cliente, donde dicha satisfacción va en correlación al tiempo y la propia forma de entrega del servicio deseado. La Sociedad Estadounidense para la Calidad (American Society for Quality) precisa a esta definición: como un término de carácter subjetivo, donde cada agente tiene su propia acepción. (11)

2.2.2. Definiciones de calidad según diferentes autores

Se presentan las siguientes acepciones sobre calidad:

1. Juran infiere que las calidades son “Las características de los productos que satisfacen las necesidades del cliente”, por lo que el objetivo de la calidad es proporcionar mayor satisfacción a los clientes y busca con ello aumentar los ingresos de la compañía. Juran también señala que calidad es la ausencia de deficiencias,

ausencia de errores que hagan que se repita el trabajo realizado por lo que la calidad está orientada a los costos y al existir mayor calidad se reducen los costos (12).

2. Deming refiere que la calidad se define en función del sujeto, que es quien juzga la calidad. Y refiere que la calidad es “Una serie de cuestionamientos hacia una mejora continua”. La dificultad en definir calidad es causada en la traducción de las necesidades futuras del usuario a características medibles, encontrándose que la calidad tiene muchas escalas (13).

3. Según Philip Crosby la calidad se define como “cumplir con los requisitos”, además orienta a “hacer que la gente haga mejor todas las cosas importantes que de cualquier forma tiene que hacer”, el término gente incluye a la alta dirección y a los niveles más bajos de la organización. La calidad se mide por el gasto ocasionado al no cumplir con los requisitos, entonces se infiere que calidad es más barata si se hacen las cosas bien desde la primera vez. Asimismo, Crosby señala que una compañía que tiene administración de la calidad puede reducir el costo de calidad en un 2.5% de sus ventas el que puede invertirse en valuación y prevención para que la empresa pueda mantener la excelencia (14).

4. Ishikawa, infiere que la calidad es: “Desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto, que tenga una direccionalidad dentro de un margen económico, útil y siempre satisfactorio para el consumidor”. Además, expresa que se debe determinar las características de calidad reales, conocer los requisitos de los consumidores para que la fábrica aplique estas necesidades, esta forma de interpretar puede variar por lo cual los métodos de producción también pueden variar (15).

5. Feigenbaum define la calidad como: “La fijación del cliente, dentro de la comparación de una vivencia real, en la adquisición entre el producto y servicio requeridos, sean éstos explícitos o implícitos, fijados o apenas observados, técnicamente operativos o completamente subjetivos, siendo estos un objetivo en movimiento en los mercados competitivos” (16).

Luego de entender, las diversas acepciones sobre calidad, se infiere que el concepto de calidad es el binomio producto/cliente, donde la calidad representa la satisfacción del cliente. De acuerdo con Peter Drucker, la calidad es aquel sistema de parámetros, donde el cliente al ver dicha acción dentro de un servicio o producto, está dispuesto

a pagar según lo que se obtiene y valora. Donde claramente este mismo puede establecer la diferencia para su elección y determinación.

2.2.3. Marketing de servicios

Según Paredes Sandoval M., Moreno Cueva N., Terán Andrade P. y Salgado Chasipanta D. son las actividades, beneficios y satisfacciones ofrecidas con la venta de los productos. Un servicio es intangible, no se puede ver, probar, escuchar ni sentir (17).

Es necesario precisar que la calidad de los productos de carácter tangible, es de forma disímil, que va en relación de la propia atención a los servicios ofrecidos. De los caracteres que diferencian a los productos tangibles de los propios servicios, resaltando: intangibilidad, heterogeneidad, la inseparabilidad de la producción, el consumo y la caducidad. (18)

- Intangibilidad: Es la característica distintiva de los servicios. Los servicios son acciones, por lo cual no puede verse, sentirse, degustarse ni tocarse como se puede hacer con un bien tangible. Es por ello que los servicios no se pueden inventariar, esto dificulta valorar su demanda. Los servicios difícilmente pueden patentarse, es por ello que nuevos conceptos de servicio son copiados por la competencia. Además, los servicios no se exhiben ni se comunican fácilmente a los clientes, lo que ocasiona que la calidad sea difícil de evaluar por los clientes. (18)
- Heterogeneidad: Los servicios son diferentes, cada oferta es única, no se repite exactamente igual aun siendo el mismo proveedor del servicio. Esta es la diferencia de los servicios con los productos, que pueden ser producidos en masa y ser homogéneos. El servicio es un proceso entregado por personas, por lo que está sujeto a variaciones humanas. Los colaboradores, variarán su desempeño de un día a otro, cada cliente tiene necesidades únicas y percibe el servicio de forma particular. La calidad del servicio constituye un reto para los gerentes debido a esta característica, ya que es un reto estandarizar la prestación de servicios. (17)
- Inseparabilidad: Los servicios primero son vendidos, para luego ser producidos y consumidos al mismo tiempo. Es por ello que el cliente está

presente en la producción del servicio, pudiendo ver e incluso tomar parte en el proceso de producción. Además, mientras se lleva a cabo la producción, los clientes pueden interactuar entre sí, generando un marketing de boca a boca positivo, si alguno de ellos tiene una experiencia anterior agradable con la empresa. Esta simultaneidad de producción y consumo tiene notable implicancias, siendo estos: Dificultad en su producción masiva; propiamente la calidad del servicio y la satisfacción del cliente van a depender de lo que sucede en “tiempo real”. El servicio al tener una naturaleza de “tiempo real” ofrece la oportunidad de personalizar la oferta para cada cliente individualmente. (18)

- **Perecedero:** Los servicios no se pueden guardar, almacenar, revender ni ser devueltos. Al entregar a un cliente el servicio se consume completamente y no puede ser entregado a un cliente diferente. En los servicios no se puede reservar la capacidad no utilizada, lo que ocasiona un elevado costo de oportunidad a través de la capacidad ociosa. (17)

Vemos entonces que estas características que diferencian a los servicios, determinan la calidad, conociendo su aplicación en los clientes, evaluando así mismo el servicio y qué percepción tienen de los mismos.

2.2.4. La calidad en los servicios

La calidad del servicio es el proceso de evaluar las expectativas frente a las percepciones que tiene el consumidor. Por lo tanto, la calidad se mide a través de la diferencia entre el servicio que espera el cliente (expectativa) y el que recibe de la empresa (percepción). El nivel de expectativa, varía en referencia a la apreciación del cliente, las expectativas cambian rápidamente, dentro de un mercado competitivamente globalizado. Y la percepción es el valor que las personas le asignan al servicio recibido. (18)

2.2.5. Calidad de atención

La calidad de la atención consiste en aplicar la ciencia y tecnología médica con el objetivo de maximizar los beneficios a la salud del paciente sin incrementar los riesgos. (19)

Actualmente la calidad en salud es definida como la capacidad del producto o servicio de adecuarse a lo que el cliente espera. Las razones fundamentales para ofrecer calidad es usar adecuadamente los recursos para obtener el máximo beneficio para el paciente, a nivel de la entrega de bienes y/o servicios, resultado e impacto orientado a mejorar la calidad de vida de la población. (20)

Los profesionales de la salud, representan el centro medular para proteger los derechos y la calidad de vida de los pacientes actuando siempre para hacer el bien del paciente y regido según los principios bioéticos, lo que permita incrementar la calidad de atención de los pacientes, donde se evidencie la eficacia, eficiencia, y la satisfacción del cliente. (21)

Según Duque la calidad tiene 2 perspectivas: calidad objetiva y calidad subjetiva. Desde el punto de vista del productor la calidad objetiva está enfocada en la cadena productiva, es el enfoque interno de la calidad. Además, desde la perspectiva del consumidor, la calidad subjetiva expresa la visión externa orientada al marketing. Es aquí donde se establecen los deseos, necesidades y expectativas de los clientes, quienes finalmente son los únicos jueces del servicio. (22)

La calidad de atención puede evaluarse a través de cinco niveles. El cliente evalúa el desempeño de una empresa basado en la satisfacción lograda. Estas cinco dimensiones son:

- Tangibilidad
- Fiabilidad
- Sensibilidad
- Seguridad
- Empatía

A continuación, se detalla las características a evaluar en cada una de las dimensiones, correlacionadas dentro de los veintidós ítems que estructuran el modelo SERVQUAL. (23)

2.2.6. Dimensiones de la calidad de atención

- **Elementos tangibles:** que corresponde a la apariencia de los equipos de las oficinas farmacéuticas (botica y/o farmacias), si los espacios de la propia

empresa de carácter físico, son atractivos visualmente para la apariencia física del personal.

- **Fiabilidad:** entendida como la habilidad de realizar de forma cuidadosa y confiable un servicio, donde se evalúa si la empresa de servicio cumple con entregar lo que ofrece, si muestra interés en resolver el problema del cliente, y donde claramente en este carácter se denota el compromiso y fidelidad de la propia empresa hacia la fidelización de sus clientes.
- **Sensibilidad:** es la disposición para ayudar a los usuarios y se mide como la interrelación de los empleados con sus clientes, en todo el proceso de otorgarles un servicio, y si estos mismos actúan con mayor fluidez ante cualquier duda o inconveniente que tengan, y donde claramente están sujetos a responder con calidez y amabilidad.
- **Seguridad:** consiste en los conocimientos y habilidades que muestran los empleados de las oficinas farmacéuticas, su indicador es la evaluación del comportamiento que tienen los empleados hacia los clientes, observan la seguridad necesaria en el desarrollo de las transacciones con las empresas que le otorgan un servicio, y si a la vez los propios empleados, brindan también esa seguridad al responder sus dudas o atienden sus problemas.
- **Empatía:** es la atención personalizada que brinda la organización corresponde a la dación de horarios para la atención de los clientes, y donde claramente se logra manifestar el grado de interés y preocupación por atender sus necesidades específicas y generales.

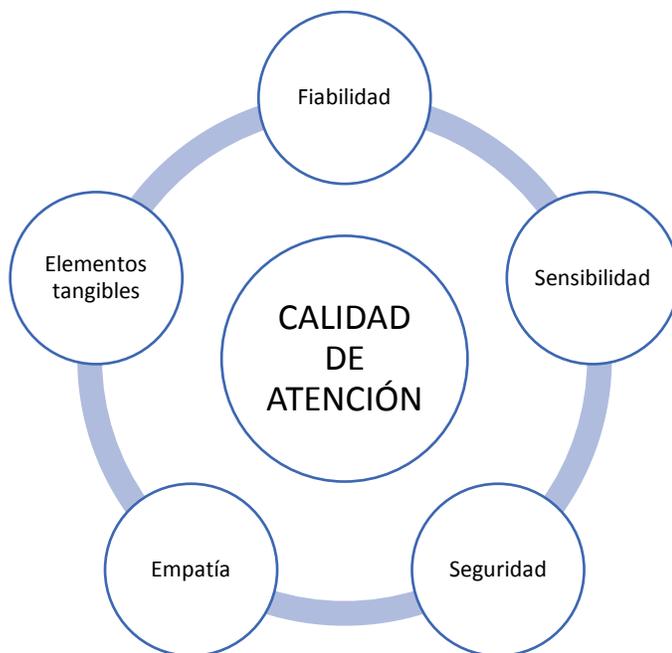


Figura 1. Círculo de la calidad y sus dimensiones

Fuente: Elaboración propia, adaptado del modelo de Parasuraman, Zeithaml y Berry (23).

2.2.7. Modelo Servqual

Servqual es una herramienta que mide la calidad del servicio, investigada por Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L. Berry en 1988. Luego de varios estudios realizados ha sido validada en América Latina por Michelsen Consulting y el Instituto Latinoamericano de Calidad en los Servicios. Concluyendo el estudio de validación en junio de 1992. (24)

El Servqual es una escala de 22 ítems, midiéndose la propia calidad de servicio, por medio de las interacciones del cliente. El cuestionario tiene 2 partes: la primera tiene 22 ítems y mide las expectativas del cliente; la segunda también de 22 ítems mide las percepciones o experiencias del cliente. La comparación entre la puntuación de la expectativa y percepción constituye la medida de calidad del servicio. (25)

La percepción del cliente es la estimación del cliente hacia la organización, es decir cómo valora el servicio que recibe de la organización. Mientras que las expectativas del cliente, se basa en la atención del servicio, las experiencias vividas, la comunicación personalizada y las propias necesidades conscientes. (24)

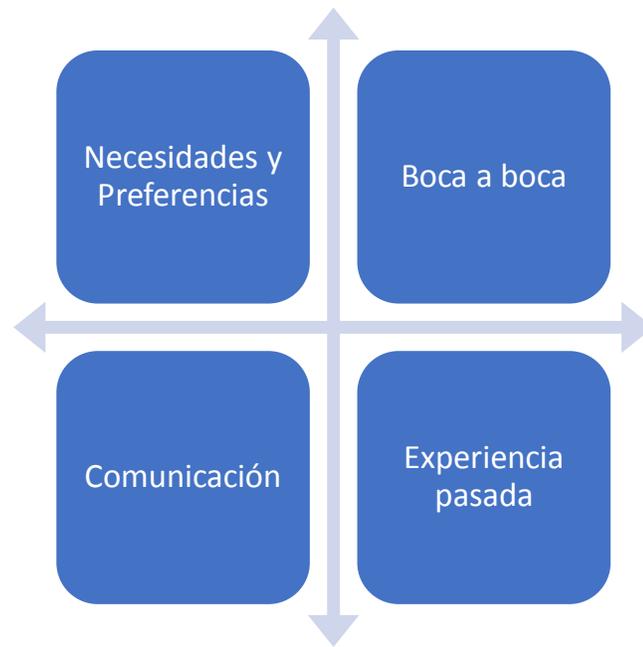


Figura 2. Factores que influyen en las expectativas

Fuente: Elaboración propia a partir de Gronroos (1984), "A service quality model and its marketing implication", *European Journal of Marketing*, (25)

El instrumento final es obtenido luego de varios estudios realizados durante largos años y muestra una escala de 22 ítems y 5 dimensiones. Las dimensiones de tangibilidad, sensibilidad y fiabilidad tienen 4 ítems cada una; las dimensiones de seguridad y empatía cuentan con 5 ítems, relacionada a cada una.

Tabla 1. Evolución cronológica del SERVQUAL

Periodo	Descripción
1983-1985	Los autores del Servqual, dan inicio a sus estudios, estructurando a la calidad de servicio, siendo monitoreada hacia participantes que ayudaran con la presentación de sus opiniones y contextos dentro de un plano geográficos.
1986-1988	Desarrollo del Servqual Nacimiento del test de las diez dimensiones. Planteadas, bajo un sistema o esquema de 97 ITEMS.
1989-1990	Etapas del desarrollo del modelo GAPS.
1991-1994	Desarrollo y estudio actualizado sobre la naturaleza de las expectativas del servicio.
1995	La estimación sobre la relevancia de las propiamente identificadas dimensiones, en relación con la propia introducción, determinando su peso y viabilidad.
1996	Mayor estudio, sobre el impacto de las dimensiones: de la calidad de servicios – Valoración dentro del sistema de comportamientos a los participantes.
1997	Las investigaciones generan un estudio sobre la aplicación del instrumento Servqual, basados en la información de la propia calidad de servicios. Aplicación de análisis múltiple.
1998-2000	Presentación de los autores en demostrar un esfuerzo conjunto, sobre la relevancia del área y del propio interés inmediato, consignándose los servicios de educación.
2001-	Concentración de la propia aplicación de esta técnica o herramienta, por parte de los autores, dentro de la fijación de áreas vitales y de un interés inmediato, en los servicios de internet.

Fuente: Caetano G. (2003), *Marketing en los servicios de educación superior. La percepción de la calidad. (Trabajo de investigación)*, Universidad Complutense de Madrid. (25)

2.2.8. Modelo Servqual en el área de salud

En 1993, otros investigadores como: Brown, Churchill, y Peter usaron el instrumento Servqual, con el fin de analizar la propiamente calidad del servicio en el área de salud, por ejemplo: en las diversas áreas de los nosocomios, clínicas dentales, cuidados intensivos en hospitales. (25)

En 2012, el Min. de Salud del Perú utilizando diversos modelos Servqual elaboró la “*Guía técnica para la evaluación de la satisfacción del usuario externo en los*

establecimientos de salud y servicios médicos de apoyo". Según este estudio atender las dudas del cliente externo y de los galenos, los cuales cuenten con habilidades cognoscitivas es necesario para que el cliente tenga una buena calidad de atención. Principalmente lo que determina la calidad del servicio es la interacción entre el cliente y el personal de salud, a través de características como accesibilidad de atención, privacidad, tiempo de espera, buen trato y sobretodo eficacia en el servicio, que se logre el servicio que requiere el paciente. (26)

Con la evidencia de la cantidad de estudios, realizados a nivel mundial, con la técnica Servqual, y su relevancia denotada en diversos sectores: empresariales, ciencias de la salud y académicos, se infiere que Servqual es un modelo ideal para desarrollar la investigación de la calidad de servicio en oficinas farmacéuticas del distrito de Ayacucho. Buscando contribuir a las organizaciones en la toma de decisiones eficientes y generar diferenciación frente a la competencia existente en sector farmacéutico.

2.2.9. Satisfacción del usuario

El satisfacer una necesidad se vincula con cumplir las expectativas de los clientes. En la atención de salud se considera las dimensiones humanísticas, científica y el entorno. El profesional de la salud debe contribuir, con la mejoría de calidad de vida de sus pacientes. Adquirir habilidades tecnológicas, habilidades blandas incorporando valores éticos para el beneficio del paciente y la población. (27)

Según Seclén y Darras en la satisfacción del cliente, es relevante conocer los aspectos cognitivos, dentro de la propia opinión de los usuarios, donde ello conlleva a mejorar y buen desarrollo de las propias entidades. (28)

Según la OMS (2011) calidad en salud se refiere a "un marco de excelencia a nivel profesional, donde los recursos son aplicados de forma eficaz, viéndose disminuido los riesgos del paciente; generando así un alto grado de satisfacción para el paciente y por el paciente, marcando un impacto en su salud". La calidad significa algo distinto para cada persona y depende mucho del criterio de quien lo analiza, para los pacientes calidad incluye eficiencia, cuidados y eficacia como características durante su atención, esto es que los pacientes cuenten con los procesos terapéuticos, diagnósticos necesarios, logrando así óptima atención, dependiendo del tipo de

establecimiento sanitario, ofreciendo el menor número de RAM 's al paciente y mejorando su calidad de vida. (29)

2.2.10. Calidad de atención en salud

La palabra calidad, emerge del latín “qualitis”, siendo las características, que dan forma en el ser de una persona o cosa, y es similar a cualidad, régimen, aptitud, excelencia, categoría, carácter y condición. (30)

Para la Organización Panamericana de la Salud (OPS) infiere que la calidad de atención, versa: "la calidad de la asistencia a nivel sanitario, corresponde es generar seguridad a los pacientes, que van a recibir una diversidad de diagnósticos y tratamientos terapéuticos, siendo estos adecuados; logrando una atención optima, donde prevailezcan los factores y conocimientos del paciente, como también del propio servicio médico, logrando resultados, con el mínimo riesgo, de efectos iatrogénicos, logrando una satisfacción completa dentro del propio proceso de atención". (31)

Uno de los aportes más relevantes en el estudio de calidad asistencial es gracias a Avedis Donabedian quien identifica el carácter multifactorial de la calidad, como son:

1. Componente técnico referido a la calidad técnica;
2. Componente interpersonal que describe la calidad humana o calidez;
3. Componente correspondiente al entorno que precisa la calidad operativa o funcional. (33)



Figura 3. Calidad en Salud

Fuente: Elaboración propia a partir de Dimensiones de la Calidad en Salud. Dr. Wilfredo Pino Chávez (32)

Es preciso añadir que las oficinas farmacéuticas deben ofrecer un mínimo indispensable de calidad para entregar una prestación de salud adecuada. Por ello se valora la confianza que transmite una oficina farmacéutica desde la apariencia física moderna del local, el profesional sanitario en el procedimiento de atención, como se presta la consulta, la duración de ésta, el trato que tiene el personal con los usuarios. Estos aspectos son las cualidades humanas, el entorno donde se desarrolla la atención y los conocimientos que ofrece el personal sanitario. Todo ello vamos a detallar según la teoría de sistemas de Avedis Donabedian.

2.2.11. Calidad de atención

Avedis Donabedian, define como aquella acción donde se espera proporcionar al cliente un completo y excelente trato basado en el bienestar, que conlleva después de valorar el balance de todas las ganancias y pérdidas dentro de todo un proceso de productividad.

Dentro del proceso asistencial lo desagrega en estructura, proceso y resultado. En cuanto a la estructura considera que puede incluir procesos administrativos de distinta índole, como la adecuación de instalaciones y equipos, personal asistencial idóneo, estructura y organización administrativa, etc. Sugiere seleccionar aspectos importantes de la atención, cómo se desarrollan ciertas situaciones clínicas, cómo fue la atención provista la capacidad de proporcionarla, entonces surge la variabilidad en la práctica sanitaria y su medida. Asimismo, analiza validez y fiabilidad, especificación detallada de criterios, patrones y procedimientos para evaluar la calidad ofrecen un mayor grado de fiabilidad. Además, según Donabedian existe una relación entre estructura y proceso que depende de la intervención de gran variedad de factores. Para evaluar la asistencia sanitaria se centra casi exclusivamente en la relación médico-paciente estableciendo la necesidad de buscar formas fáciles para medir el fenómeno de la atención médica. (33)

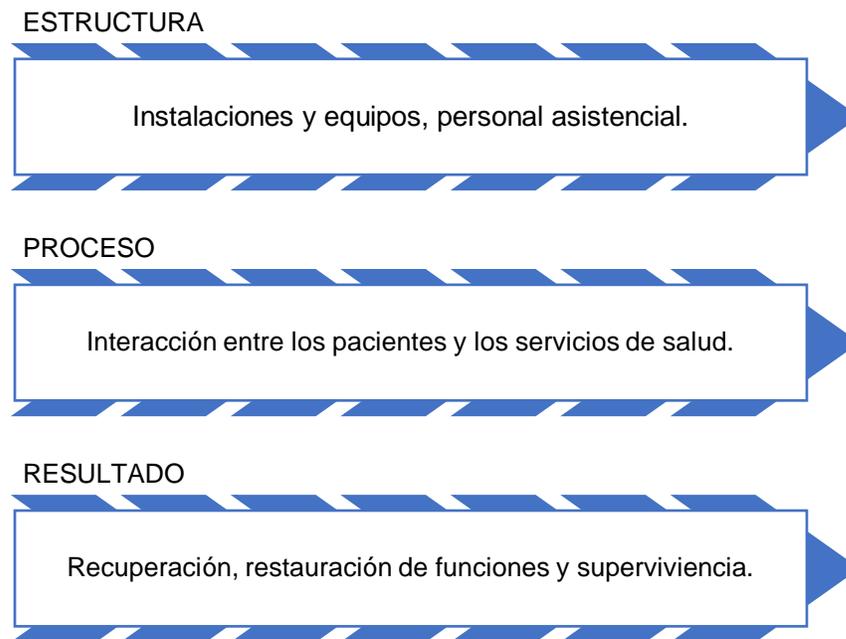


Figura 4. Estructura, proceso y resultado de la atención sanitaria

Fuente: Elaboración propia a partir de Revista de Órgano de la Sociedad Española de Calidad Asistencial. Fundación Avedis Donabedian (33).

Los criterios de calidad son juicios de valor, aplicados a diversos aspectos, propiedades o alcances, dentro del proceso de atención médica; y ello, es el reflejo de los valores y metas vigentes, dentro de su propio sistema de atención; y para la propia sociedad. Un indicador determinante, dentro de la valoración de la calidad de atención es propiamente: la atención médica respecto a la recuperación, restauración de funciones y supervivencia. Los resultados son indicadores definitivos para validar la eficacia y calidad de la atención médica. Donabedian, nos dice que la calidad: dentro de una adecuación asertiva, en la atención a las necesidades particulares de cada caso”, lograra a aplicarse en los servicios colectivos. (33)

Dentro de lo proyectado por el profesor Donabedian, infiere que, para ofrecer servicios de mayor calidad, que direcciona la excelencia en entidades prometedoras, esta satisfacción va directamente en relación a los usuarios, familiares y proveedores, siendo esta, una actividad de carácter dinámico y permanente por los gestores de la salud. Pues el evaluar la propiamente satisfacción de los usuarios, ayudar a identificar como vamos yendo, para cubrir las expectativas de los clientes. (32)

III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

La investigación es de enfoque cuantitativo, midiéndose los datos numéricamente y a través de un análisis estadístico, debido a que como mencionaron. Hernández S, Fernández C, Baptista L, usa los datos recolectados a través de la medición numérica y el análisis estadístico para probar la hipótesis. (34)

Asimismo, la investigación es no experimental, dado que no se manipuló ninguna variable y la información se recogió en el ambiente real de los participantes de la muestra. El estudio es transversal, pues estudia las variables dentro de un plazo determinado, del 11 de noviembre 2021 al 14 de enero 2022, por lo cual esta investigación refleja una fotografía del momento respecto a su acontecimiento, cuyo fin es analizar las variables relatando su implicancia en un determinado momento.

Además, el presente estudio es descriptivo, según Hernández S, Fernández C, Baptista L, un estudio descriptivo está orientado a identificar caracteres, sobre el fenómeno que se analice, describiendo las características de un grupo o población. Y la utilidad está en mostrar con precisión las dimensiones de un fenómeno, suceso, contexto o situación. (34)

Diseño de investigación

Según lo expuesto anteriormente, el diseño de la investigación es no experimental, transversal y de tipo descriptivo.

3.2. Población, muestra y sistema de muestreo

Población

Para esta investigación la población corresponde a todas las personas, hombres y mujeres entre las edades de 18 hasta los 65 y más años de edad, quienes tienen capacidad de compra, del departamento de Ayacucho, provincia Huamanga, distrito Ayacucho, esto es 67,294 personas según la información del Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú (INEI). Esta información se recabó del reporte Ayacucho Resultados definitivos, octubre 2018, el que se visualiza en la tabla 2. (35)

Tabla 2. Población del departamento de Ayacucho, provincia Huamanga, distrito de Ayacucho de 18 a 65 y más años de edad.

Población del distrito de Ayacucho por edades	
18 años	1 974
19 años	1 809
De 20 a 24 años	10 050
De 25 a 29 años	8 962
De 30 a 34 años	7 882
De 35 a 39 años	7 028
De 40 a 44 años	6 253
De 45 a 49 años	5 101
De 50 a 54 años	4 353
De 55 a 59 años	3 384
De 60 a 64 años	2 693
De 65 y más años	7 805
Total	67 294

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú (INEI). Resultados definitivos, octubre 2018 (35)

En cuanto a los caracteres básicos de esta muestra, tenemos que son usuarios de cuatro oficinas farmacéuticas del distrito de Ayacucho; 2 son cadena de boticas, Mifarma e Inkafarma de los locales ubicados en la Av. Independencia; farmacia del Pino y farmacia Huamanga, estas farmacias están ubicadas en el Jr. 28 de julio y las

cuatro oficinas farmacéuticas dentro del distrito de Ayacucho La población de usuarios fue de 245 personas distribuidas por edades según el anexo 03.

En el anexo 03, se observa que del 100% (245) usuarios encuestados de oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, el 47 % (115) son los usuarios de la farmacia del Pino y farmacia Huamanga; 53 % (130) son los usuarios de la cadena de boticas Inkafarma y cadena de boticas Mifarma.

Muestra

Se realizó una muestra probabilística aleatoria simple. Probabilística que como lo refiere Hernández S, Fernández C, Baptista L es el subgrupo en el que todos los elementos tienen la misma posibilidad para ser elegidos. Para determinar el tamaño de la muestra primero se delimitó la población. Luego se calculó la muestra y se seleccionaron a los usuarios de las oficinas farmacéuticas privadas más representativas del distrito de Ayacucho, considerando a 2 farmacias como son: Farmacia del Pino y Farmacia Huamanga; 2 cadenas de boticas: Inkafarma y Mifarma; obteniéndose un valor de 245 personas. Para el cálculo del tamaño de muestra se usó la siguiente fórmula:

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

Donde:

Z = Nivel de confianza

p = probabilidad de éxito del evento

q = probabilidad de no éxito

N = población

e = error

n = tamaño de la muestra

NC = 95%

Error = 5%

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.8 \cdot 0.2 \cdot 67,294}{(0.05)^2 \cdot (67,294-1) + 1.96^2 \cdot 0.8 \cdot 0.2}$$

$$n = \frac{41,362.66}{168.85}$$

$$168.85$$

$$n = 245$$

Criterio de inclusión

Es la población que tiene capacidad de compra, representada por hombres y mujeres del departamento de Ayacucho, provincia Huamanga, distrito de Ayacucho de las edades de 18 a 65 y más años de edad, con este criterio.

Criterio de exclusión

Son las personas que no quisieron participar en la investigación, por razones de tiempo y por ese motivo no se les ha incluido en el presente estudio.

Sistema de muestreo

Se hizo un muestreo probabilístico aleatorio simple, teniendo, así como muestra a las personas del distrito de Ayacucho que hayan sido atendidas en las oficinas farmacéuticas del distrito de Ayacucho y captadas durante el periodo del 11 de noviembre 2021 al 14 de enero 2022, de lunes a sábado en el horario de mañana y tarde, obteniendo un total de 245 usuarios.

3.3. Técnica, instrumento y procedimiento de recolección de datos

Técnica

La técnica para la recolección de datos han sido las encuestas.

Instrumento

El instrumento es el cuestionario planteado por el modelo SERVQUAL, que consta de 22 preguntas tipo Likert. Para la calificación de las preguntas se optó por la escala de Likert del 1 a 7, donde 1 es en total desacuerdo y va en ascenso hasta 7 que es muy de acuerdo como se muestra a continuación:

Tabla 3. Escala de Likert

Escala de Likert	Valor
Totalmente en desacuerdo	1
Bastante en desacuerdo	2
En desacuerdo	3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4
De acuerdo	5
Bastante de acuerdo	6
Totalmente de acuerdo	7

Fuente: Escala Likert utilizada en las encuestas del presente estudio, adaptada de Likert (1932) (24)

Las escalas Likert son instrumentos psicométricos, fijando que la persona encuestada debe indicar su acuerdo o desacuerdo con una apreciación realizada a través de una escala ordenada y unidimensional. (36)

Respecto al número de alternativas existe una investigación de Pemberton (1933) que concluye en que la fiabilidad aumenta cuando las alternativas se incrementan de cinco a siete. Estudios apuntan, que la alternativa media, dentro de la escala de Likert tiene un efecto moderado en la validez. (37).

Además, los autores: Sudman y Bradburn (1989) recomiendan incluir las categorías intermedias para no forzar al encuestado a posicionarse a favor o en contra del ítem que es lo que ocurre cuando se elimina la alternativa intermedia. (38)

Según Zeithaml V, Bitner M, Gremler D, los datos recolectados de la escala SERVQUAL pueden emplearse para “Medir la calidad del servicio de una empresa a lo largo de cada una de las 5 dimensiones SERVQUAL”. (39)

Procedimiento de recolección de datos

La metodología para la recolección de datos fue la encuesta individual aplicada para medir las percepciones de la calidad de servicio en los usuarios de las oficinas farmacéuticas del distrito de Ayacucho.

Se evaluaron solamente las percepciones tomando en cuenta las observaciones de Buttle (1996) al modelo Servqual, donde plantea que desde el punto de vista operacional las expectativas no desempeñan un rol fundamental en la calidad de servicios además que las encuestas muestran gran confusión cuando son inquiridos en base a expectativas y percepciones. (24)

El cuestionario tiene instrucciones para el desarrollo de las encuestas y finaliza con el cuadro de las preguntas con 7 intensidades en la escala. El instrumento posee 22 preguntas, divididas en 5 dimensiones: fiabilidad con 5 preguntas, sensibilidad con 4 preguntas, seguridad con 4 preguntas, empatía con 5 preguntas y finalmente elementos tangibles con 4 preguntas. Posee una puntuación de 1 a 3 puntos indicando el nivel de calidad del servicio.

El rango de la puntuación oscila entre 1 y 66 puntos, indicando los posibles resultados:

- Baja calidad en el servicio: de 1 hasta 22 puntos
- Regular calidad en el servicio: de 23 a 44 puntos
- Alta calidad en el servicio: de 45 a 66 puntos

La aplicación del instrumento se realizó desde el 11 de noviembre 2021 al 14 de enero 2022, de lunes a sábado en el horario de mañana y tarde, obteniendo un total de 245 usuarios. Se contó con un tiempo de aplicación de aproximadamente 10 minutos por usuario.

El procedimiento para la recolección de datos fue el siguiente:

- Se abordó a los usuarios de las oficinas farmacéuticas (boticas y/o farmacias), previo cordial saludo se les explicó en que consiste la encuesta y la importancia de su participación.
- Estos usuarios han podido encontrarse antes o después de realizar la compra en las oficinas farmacéuticas (boticas y/o farmacias). Los usuarios que se encontraron antes de realizar la compra, evaluaron de acuerdo a las experiencias previas que tuvieron en el establecimiento.
- Se les facilitó la encuesta y 01 lapicero para el desarrollo de la misma, en caso el encuestado no pudo desarrollarlo individualmente, se le leyó las preguntas

y se marcó la alternativa que el usuario eligió. Es necesario mencionar que debido a la pandemia del Covid-19, con el objetivo de reducir el contagio se utilizó la herramienta de google form, encuesta web, debido a que el cuestionario tiene preguntas de tipo cerrada.

- Finalmente se agradece al encuestado por su tiempo y la atención prestada.

3.4. Análisis de datos

El objetivo del análisis de datos es determinar la calidad de servicio en cada una de las cinco dimensiones (fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles) y determinar la calidad de servicio global que ofrecen las oficinas farmacéuticas del distrito de Ayacucho.

Para el análisis de datos, primero se realizó la digitación de las encuestas utilizando Excel office 2007. Luego de la digitación se realizó un control de calidad de la base de datos, filtrando los casos en los que el encuestado no respondía alguna de las 22 preguntas planteadas en el cuestionario. Se estableció la matriz de datos para estructurar y ordenar los datos.

El nivel de confianza ha sido calculando usando la prueba de confiabilidad del Alfa de Cronbach, mediante la siguiente fórmula estadística:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

El valor del Alfa de Cronbach según los datos obtenidos en la encuesta desarrollada es de 0.98; es decir que tiene un nivel de confianza de 0.98 y cómo está por encima de 0.7 (valor determinado como mínimo para trabajos de investigación) se continuó con la investigación.

Finalmente se obtiene los reportes utilizando SPSS, software de análisis estadístico y permite realizar valoraciones y pruebas de confiabilidad. Estos reportes se categorizaron según el resultado del puntaje obtenido (Calidad en el servicio baja, regular y alta).

Tabla 4. Prueba de confiabilidad de la variable de estudio calidad de servicio

Variable de estudio calidad de servicio	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.9808	245

IV.RESULTADOS

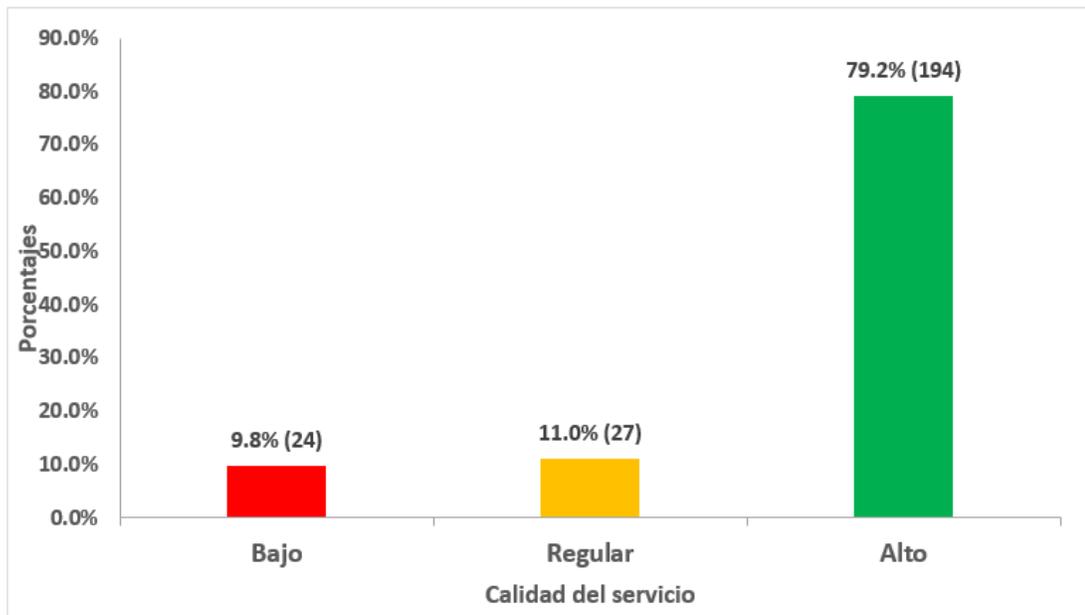


Figura 5. Calidad de servicio brindada por las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho 2021.

En la figura 5, se observa que del 100% (245) usuarios de oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, el 79.2 % (194) tienen una alta calidad del servicio, el 11 % (27) con calidad de servicio regular y 9.8% (24) cuentan con baja calidad del servicio.

Tabla 5. Dimensión global de calidad de servicio

OFICINAS FARMACÉUTICAS	Dimensión Global de calidad de servicio							
	Bajo		Regular		Alto		Total	
	Usuarios	%	Usuarios	%	Usuarios	%	Usuarios	%
Cadena de boticas MiFarma	10	4.1%	9	3.7%	38	15.5%	57	23.3%
Farmacia del Pino	3	1.2%	5	2.0%	55	22.5%	63	25.7%
Farmacia Huamanga	3	1.2%	7	2.9%	42	17.1%	52	21.2%
Cadena de boticas Inkafarma	8	3.3%	6	2.4%	59	24.1%	73	29.8%
Total	24	9.8%	27	11.0%	194	79.2%	245	100.0%

En la tabla 5, se observa la dimensión global de la calidad de servicio. Del 100% (245) usuarios de oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, el 79.2 % (194) tienen una alta calidad del servicio el cual está conformado por: el 15.5 % (38) son usuarios de la cadena de boticas Mifarma, 24.1 % (59) son usuarios de la cadena de boticas Inkafarma, 22.5 % (55) son usuarios de la farmacia del Pino, 17.1 % (42) son usuarios de la farmacia Huamanga.

Tabla 6. Indicadores de elementos tangibles

INDICADORES DE ELEMENTOS TANGIBLES		Usuarios	%
P1	Bajo	43	18%
	Regular	38	16%
	Alto	164	67%
P2	Bajo	41	17%
	Regular	39	16%
	Alto	165	67%
P3	Bajo	49	20%
	Regular	25	10%
	Alto	171	70%
P4	Bajo	44	18%
	Regular	35	14%
	Alto	166	68%
Total por indicador	Bajo	39	16%
	Regular	35	14%
	Alto	171	70%
	Total	245	100%

En la tabla 6, se observan las 4 preguntas que son los indicadores de elementos tangibles. Del 100% (245) usuarios de oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, el 67% (164) observó que las oficinas farmacéuticas cuentan con equipos modernos, el 67% (165) observó instalaciones físicas atractivas en las oficinas farmacéuticas, el 70% (171) considera que los empleados de la empresa se ven pulcros y el 68% (166) contempla que la empresa cuenta con materiales de publicidad atractivos. Entonces, respecto a elementos tangibles, el 70% (171) tiene alta calidad del servicio, el 14% (35) tiene regular y 16% (39) tiene baja calidad del servicio.

Tabla 7. Indicadores de fiabilidad

INDICADORES DE FIABILIDAD		Usuarios	%
P1	Bajo	49	20%
	Regular	45	18%
	Alto	151	62%
P2	Bajo	50	20%
	Regular	28	11%
	Alto	167	68%
P3	Bajo	66	27%
	Regular	31	13%
	Alto	148	60%
P4	Bajo	44	18%
	Regular	30	12%
	Alto	171	70%
P5	Bajo	60	24%
	Regular	41	17%
	Alto	144	59%
Total por indicador	Bajo	31	13%
	Regular	45	18%
	Alto	169	69%
	Total	245	100%

En la tabla 7, se observan las 5 preguntas que son los indicadores de fiabilidad. Del 100% (245) usuarios de oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, en la pregunta 1 el 62% (151) observó que las oficinas farmacéuticas cumplen con lo prometido, en la pregunta 2 el 68% (167) considera que la empresa muestra un sincero interés en resolver el problema del cliente, en la pregunta 3 el 60% (148) cree que la empresa desempeña bien el servicio por primera vez, en la pregunta 4 el 70% (171) contempló que la empresa proporciona sus servicios en el momento que lo promete, en la pregunta 5 el 59% (144) toma en cuenta que la empresa tiene registros libres de error. El total, en la dimensión de fiabilidad, presenta el 69% (169) alta calidad del servicio, el 18% (45) regular calidad de servicio y 13% (31) baja calidad del servicio.

Tabla 8. Indicadores de Sensibilidad

INDICADORES DE SENSIBILIDAD		Usuarios	%
P1	Bajo	40	16%
	Regular	35	14%
	Alto	170	69%
P2	Bajo	37	15%
	Regular	37	15%
	Alto	171	70%
P3	Bajo	39	16%
	Regular	36	15%
	Alto	170	69%
P4	Bajo	55	22%
	Regular	40	16%
	Alto	150	61%
Total por indicador	Bajo	31	13%
	Regular	38	16%
	Alto	176	72%
	Total	245	100%

En la tabla 8, se observan las 4 preguntas que son los indicadores de sensibilidad. Del 100% (245) usuarios de oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, en la pregunta 1 el 69% (170) observó que las oficinas farmacéuticas mantienen informados a los clientes de cuándo ejecutarán los servicios, en la pregunta 2 el 70% (171) considera que los empleados de la empresa dan un servicio rápido, en la pregunta 3 el 69% (170) valora que los empleados están dispuestos a ayudar a los usuarios, en la pregunta 4 el 61% (150) cree que los empleados de la empresa nunca están demasiado ocupados para ayudarles. En total, respecto a la sensibilidad, el 72% (176) tiene alta calidad del servicio, el 16% (38) y 13% (31) tienen regular y baja calidad del servicio respectivamente.

Tabla 9. Indicadores de seguridad

INDICADORES DE SEGURIDAD		Usuarios	%
P1	Bajo	47	19%
	Regular	21	9%
	Alto	177	72%
P2	Bajo	46	19%
	Regular	21	9%
	Alto	178	73%
P3	Bajo	40	16%
	Regular	23	9%
	Alto	182	74%
P4	Bajo	49	20%
	Regular	28	11%
	Alto	168	69%
Total por indicador	Bajo	37	15%
	Regular	27	11%
	Alto	181	74%
	Total	245	100%

En la tabla 9, se observan las 4 preguntas que son los indicadores de seguridad. Del 100% (245) usuarios de oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, en la pregunta 1 el 72% (177) valora como alta la calidad del servicio del comportamiento de los empleados para infundir confianza, en la pregunta 2 el 73% (178) considera que se siente seguro en las transacciones con la empresa, en la pregunta 3 el 74% (182) cree que los empleados de la empresa son corteses constantemente, en la pregunta 4 el 69% (168) contempló que los empleados de la empresa cuentan con el conocimiento para responder a sus consultas. En total, respecto a seguridad, el 74% (181) tiene alta calidad del servicio, el 11% (27) tiene regular y el 15% (37) tiene baja calidad del servicio.

Tabla 10. Indicadores de empatía

INDICADORES DE EMPATÍA		Usuarios	%
P1	Bajo	43	18%
	Regular	30	12%
	Alto	172	70%
P2	Bajo	47	19%
	Regular	41	17%
	Alto	157	64%
P3	Bajo	40	16%
	Regular	44	18%
	Alto	161	66%
P4	Bajo	45	18%
	Regular	32	13%
	Alto	168	69%
P5	Bajo	43	18%
	Regular	33	13%
	Alto	169	69%
Total por indicador	Bajo	31	13%
	Regular	34	14%
	Alto	180	73%
	Total	245	100%

En la tabla 10, se aprecian las 5 preguntas que son los indicadores de empatía. Del 100% (245) usuarios de oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, en la pregunta 1 el 70% (172) observó que las oficinas farmacéuticas dan una atención individualizada a los clientes, en la pregunta 2 el 64% (157) considera que la empresa cuenta con el personal asistencial para dar atención personalizada, en la pregunta 3 el 66% (161) cree que la empresa se preocupa por los intereses de los clientes, en la pregunta 4 el 69% (168) contempló que el personal sanitario entiende las necesidades específicas de los clientes y en la pregunta 5 el 69% (169) cuentan con horarios de atención convenientes. En total, en cuanto a empatía el 73% (180) tiene alta calidad del servicio, el 14% (34) y 13% (31) tienen regular y baja calidad del servicio respectivamente.

Tabla 11. Indicadores de las 5 dimensiones

INDICADORES DE LAS 5 DIMENSIONES		Usuarios	%
Fiabilidad	Bajo	31	13%
	Regular	45	18%
	Alto	169	69%
	Total	245	100%
Capacidad de respuesta	Bajo	31	13%
	Regular	38	16%
	Alto	176	72%
	Total	245	100%
Seguridad	Bajo	37	15%
	Regular	27	11%
	Alto	181	74%
	Total	245	100%
Empatía	Bajo	31	13%
	Regular	34	14%
	Alto	180	73%
	Total	245	100%
Elementos Tangibles	Bajo	39	16%
	Regular	35	14%
	Alto	171	70%
	Total	245	100%

En la tabla 11, se presentan las 5 dimensiones (elementos tangibles, fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía) para valorar la calidad de servicio en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho. En la dimensión de elementos tangibles se tiene que 70% (171) tiene alta calidad del servicio, 14% (35) regular y 16% (39) baja calidad del servicio respectivamente.

En fiabilidad 69% (169) tiene alta calidad del servicio, el 18% (45) tiene regular y 13% (31) y baja calidad del servicio.

En sensibilidad el 72% (176) tiene alta calidad del servicio, el 16% (38) y 13% (31) tienen regular y baja calidad del servicio respectivamente.

Respecto a seguridad, el 74% (181) tiene alta calidad del servicio, el 11% (27) tiene regular y el 15% (37) tiene baja calidad del servicio.

En cuanto a empatía el 73% (180) tiene alta calidad del servicio, el 14% (34) y 13% (31) tienen regular y baja calidad del servicio respectivamente.

V. DISCUSIÓN

De los resultados de las encuestas se obtiene que existe una alta calidad del servicio en las oficinas farmacéuticas del distrito de Ayacucho que representa 79.2% (194) encuestados. Este resultado es producto de una calidad de servicio alta en cada una de las cinco dimensiones. En elementos tangibles la calidad de servicio es 70%, fiabilidad 69%, sensibilidad 72%, seguridad 74% y empatía 73%. Esto coincide con los resultados obtenidos por Luis Alberto Montenegro Serquén en su tesis “Opiniones de satisfacción en usuarios de farmacias y boticas-Chiclayo. Perú”; donde concluye que encontró un alto grado de satisfacción en los usuarios de boticas y farmacias de la ciudad de Chiclayo en las variables de atención farmacéutica, dispensación y calidad de servicio. Asimismo, en la tesis “Percepción de la calidad de servicio en los clientes de las boticas periféricas en la asociación los Portales del Norte, en el distrito de los Olivos, año 2021” de Rosemary Magaly Pantoja Pretel; concluyó que el 65.8% de los encuestados perciben una alta calidad de servicio evaluando las dimensiones de empatía, fiabilidad, responsabilidad, capacidad de respuesta y tangibilidad.

Sí existe una alta calidad del servicio en la dimensión de elementos tangibles, con un 70% (171) en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021. La dimensión de elementos tangibles evaluó la apariencia de los equipos de las oficinas farmacéuticas, instalaciones físicas, apariencia física del personal y materiales de comunicación. La puntuación más alta en esta dimensión se obtuvo en

el atributo de apariencia física del personal que brinda el servicio con 70% (171) encuestados. El desempeño de este atributo coincide con los resultados obtenidos por Nathalie Gianina Feldmuth García, Andrea Isabel Hablutzel Lino y Luis Ernesto Vásquez Villalobos en su tesis “Calidad en el Servicio en el Sector de Cadenas de Farmacias en Lima” octubre 2017, donde concluyen que la dimensión de elementos tangibles es uno de los que muestra mejor desempeño en la calidad del servicio. Similares resultados han sido obtenidos por Rosemary Magaly Pantoja Pretel en la tesis “Percepción de la calidad de servicio en los clientes de las boticas periféricas en la asociación los Portales del Norte, en el distrito de los Olivos, año 2021”, donde se tiene una alta calidad de servicio en condiciones, apariencia física del local y del personal que labora en el servicio determinado por el 61.6 %, regular calidad de servicio determinado por 34.2% y baja calidad de servicio representado por 4.1%.

Sí existe una alta calidad de servicio en la dimensión de fiabilidad en las oficinas farmacéuticas del distrito de Ayacucho, 2021. Con una representatividad del 69% (169). La dimensión de fiabilidad contempla la habilidad de las oficinas farmacéuticas de desempeñar el servicio prometido de manera directa y precisa, cumpliendo el servicio, de forma correcta, en el tiempo prometido y con registros libres de errores. Según los resultados el 62% (151) observó que las oficinas farmacéuticas cumplen con lo prometido, el 68% (167) considera que la empresa muestra un sincero interés en resolver el problema del cliente, el 60% (148) cree que la empresa desempeña bien el servicio por primera vez, el 70% (171) contempló que la empresa proporciona sus servicios en el momento que lo promete, el 59% (144) toma en cuenta que la empresa tiene registros libres de error. Surge aquí el identificar las características a mejorar, desde su planteamiento el modelo Servqual ha buscado encontrar dimensiones en las cuales mejorar en una organización, de los resultados obtenidos se tiene que las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, pueden mejorar en la dimensión de fiabilidad, ofreciendo un servicio con registros libres de error, característica que ha tenido la puntuación más baja 59% (144). El tener registros libres de error apunta a la estandarización de los procesos durante el desarrollo de las actividades en las oficinas farmacéuticas. Estandarizar el procedimiento desde la recepción de mercadería, registro y actualización del inventario, almacenamiento, criterios para realizar el reabastecimiento de los

productos (stocks mínimos, máximos), dispensación, procedimiento para registrar la temperatura y humedad del ambiente. Este marco plantea la necesidad de documentar e implementar un sistema de gestión de la calidad ISO 9000:2015 en las oficinas farmacéuticas para continuamente mejorar los procesos internos del establecimiento farmacéutico. En las conclusiones obtenidas por Pedro José Angulo Alvarado en su tesis “Diseño de un manual y procedimientos para la implementación de un sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2008 en farmacia o botica” señala que para satisfacer los requisitos del cliente es necesario implementar un Sistema de Gestión de la Calidad basado en la norma ISO 9001:2008 a través de manuales y procedimientos de gestión. Idénticos resultados obtuvo Madison Melissa Pacahuala Espinoza en su tesis titulada “Grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en Boticas y Farmacias del Distrito de Huaycán. Febrero-Abril 2018, quien concluye que en la dimensión de fiabilidad se debe mejorar los siguientes puntos: eficacia del medicamento recomendado, conocimiento para responder a las consultas de los usuarios y confidencialidad; obteniendo que el 21.58% de los usuarios encuestados califican como muy satisfecho-excelente el servicio recibido, el 36.36% como satisfecho-bueno, el 31.47 % calificó como aceptable-regular, el 6.9 % calificó como insatisfecho-malo y el 3.69 % calificó como muy insatisfecho-muy malo.

Sí existe una alta calidad de servicio en la dimensión de sensibilidad en las oficinas farmacéuticas del distrito de Ayacucho, 2021. Con una representatividad del 72% (176), 16% (38) tiene una regular calidad del servicio y 13% (31) tienen baja calidad del servicio. La dimensión de sensibilidad considera la disposición para ayudar a los clientes y entregar una respuesta rápida. En los resultados resalta que, el 69% (170) observó que las oficinas farmacéuticas mantienen informados a los clientes de cuándo ejecutarán los servicios y están dispuestos a ayudarles, el 70% (171) considera que los empleados de la empresa dan un servicio rápido, el 61% (150) cree que los empleados de la empresa nunca están demasiado ocupados para ayudarles. Esta es la característica con el menor puntaje, por lo que se puede indicar que este atributo es el que tiene peor desempeño, reflejado en que no existe un número correcto de personas en el módulo de atención durante las horas pico de atención al cliente, por lo que el cliente percibe una saturación, formando largas colas para recibir un producto. Esto coincide con los resultados obtenidos por Monteza Noriega, Dany

Marcela y Segovia Aymara Yenny Katerin en su tesis “Calidad de atención y satisfacción al usuario en la botica Profarma en tiempos de pandemia, Puente Piedra-febrero 2021”; donde concluye que el 68.42% de un total de 236 usuarios tienen satisfacción con respecto a la sensibilidad del personal. Además, se observa que el servicio rápido que brindan los trabajadores de la botica es la pregunta con menor puntuación con el 51.67 % (155) de satisfacción, esto coincide con los resultados obtenidos de las encuestas que reflejan un menor puntaje a esta pregunta. Cabe precisar que, en la tesis titulada “Grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en Boticas y Farmacias del Distrito de Huaycán. Febrero-Abril 2018, realizado por Madison Melissa Pacahuala Espinoza, concluye que en la dimensión de sensibilidad se debe mejorar los siguientes puntos: tiempo de atención, mejorar la atención, respetar el orden de atención según llegada y ofrecer mejores precios de los productos, pues los resultados obtenidos reflejan que el 18.05% de los usuarios encuestados califican como muy satisfecho-excelente el servicio recibido, el 38.37% como satisfecho-bueno, el 28.34 % calificó como aceptable-regular, el 5.48 % calificó como insatisfecho-malo y el 9.76 % calificó como muy insatisfecho-muy malo.

Sí existe una alta calidad de servicio en la dimensión de seguridad en las oficinas farmacéuticas del distrito de Ayacucho, 2021. Determinado por el 74% (181) tiene alta calidad del servicio. La dimensión de seguridad va evaluar el comportamiento de los empleados de las oficinas farmacéuticas, si transmiten confianza durante las transacciones, si son amables con los clientes y si cuentan con los conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes. Según los resultados se obtuvo que, el 72% (177) valora como alta calidad de servicio la confianza que transmite el personal, el 73% (178) considera que se siente seguro en las transacciones con la empresa, el 74% (182) cree los empleados de la empresa son corteses constantemente, el 69% (168) contempló que los empleados de la empresa cuentan con el conocimiento para responder a sus consultas. La característica que tiene más alta puntuación es “el comportamiento del personal inspira confianza”, y es la primera dimensión con el mayor puntaje del modelo Servqual. El desempeño de esta dimensión coincide con los resultados obtenidos por Nathalie Gianina Feldmuth García, Andrea Isabel Hablutzel Lino y Luis Ernesto Vásquez Villalobos en su tesis “Calidad en el Servicio en el Sector de Cadenas de

Farmacias en Lima” octubre 2017, donde concluyen que la dimensión de seguridad tiene los puntajes más altos del modelo tanto para la percepción como para las expectativas reflejado en que “el comportamiento del personal le inspira confianza”, pues en el desarrollo de una cadena de farmacias la confianza en el personal de atención es estratégico, debido a que en una cadena se expenden productos farmacológicos y de cuidado personal. Sin embargo, esta característica no llega a cubrir las expectativas de los clientes, debido a que existen casos donde no recibe respuesta técnica precisa de los fármacos ni asesoría personalizada.

Sí existe una alta calidad de servicio en la dimensión de empatía en las oficinas farmacéuticas del distrito de Ayacucho, 2021. Determinado por el 73% (180) tiene alta calidad del servicio. La dimensión de empatía va evaluar el trato de las oficinas farmacéuticas con sus clientes, si existe atención individualizada, si cuida sus intereses-necesidades, y los horarios de trabajo que ofrecen las oficinas farmacéuticas. Los resultados indican que, el 70% (172) observó que las oficinas farmacéuticas dan una atención individualizada a los clientes, el 64% (157) considera que la empresa cuenta con el personal asistencial para dar atención personalizada, el 66% (161) cree que la empresa se preocupa por los intereses de los clientes, el 69% (168) contempló que el personal sanitario entiende las necesidades específicas de los clientes y cuentan con horarios de atención convenientes. La dimensión de empatía es la segunda dimensión con el mayor puntaje del modelo. Esto coincide con los resultados obtenidos por Dany Monteza Noriega y Yenny Segovia Aymara en su tesis "Calidad de atención y satisfacción al usuario en la botica Profarma en tiempos de pandemia, Puente Piedra -febrero 2021"; donde los resultados indican que existe un 64% de satisfacción de los usuarios en la dimensión de empatía. Semejantes resultados han sido obtenidos por Rosemary Magaly Pantoja Pretel en la tesis “Percepción de la calidad de servicio en los clientes de las boticas periféricas en la asociación los Portales del Norte, en el distrito de los Olivos, año 2021”, donde los resultados indican un alto nivel de calidad de servicio determinado por el 65.8 % en la dimensión de empatía, que evaluó la atención personalizada y amabilidad de los trabajadores; regular calidad de servicio determinado por 31.5% y baja calidad de servicio representado por 2.7%.

VI. CONCLUSIONES

1. Los usuarios de las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho en el año 2021 consideran que existe una alta calidad del servicio representado por el 79.2 % (194), la cual fue medida por cinco dimensiones (elementos tangibles, fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía).
2. Los usuarios de las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho en el año 2021 presentan en la dimensión de elementos tangibles una alta calidad de servicio con el 70% (171), el 14% (35) con calidad de servicio regular y 16% (39) cuentan con baja calidad del servicio.
3. Los usuarios de las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho en el año 2021 presentan en la dimensión de fiabilidad, una alta calidad de servicio con el 69% (169), el 18% (45) con calidad de servicio regular y el 13% (31) cuentan con baja calidad del servicio.
4. Los usuarios de las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho en el año 2021 presentan en la dimensión de sensibilidad, una alta calidad de servicio con el 72% (176), el 16% (38) con calidad de servicio regular y el 13% (31) cuentan con baja calidad del servicio.
5. Los usuarios de las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho en el año 2021 presentan en la dimensión de seguridad una alta calidad de servicio con el 74% (181), el 11% (27) con calidad de servicio regular y 15% (37) cuentan con baja calidad del servicio.

6. Los usuarios de las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho en el año 2021 presentan en la dimensión de empatía, una alta calidad de servicio con el 73% (180), el 14% (34) con calidad de servicio regular y 13% (31) cuentan con baja calidad del servicio.

VII. RECOMENDACIONES

1. Servqual, debe ser tomado como un esqueleto básico para la evaluación de la calidad del servicio en las organizaciones; sin embargo, debe ser complementado por preguntas de contenido específico dependiendo del sector de la organización.
2. Las encuestas de calidad de servicio deberán redistribuirse de manera anual con el objetivo de evaluar la implantación de las acciones de mejora y proponer nuevas recomendaciones para conseguir la mejora continua en las oficinas farmacéuticas y calidad del servicio.
3. Las oficinas farmacéuticas del distrito de Ayacucho estudiadas, deben considerar implementar la estandarización de los procesos durante el desarrollo de sus actividades y documentar los procedimientos que se dan en cada una de sus etapas productivas, para así mejorar el monitoreo de todo el proceso interno dentro del establecimiento farmacéutico. Esto se evidenció porque la dimensión de fiabilidad es la que tiene menor porcentaje en alta calidad del servicio (registros libres de error).
4. La alta dirección de las oficinas farmacéuticas, propietario y el regente, tienen que considerar a la calidad del servicio como una ventaja competitiva para la empresa, debido a la alta competencia existente en el sector farmacéutico.

5. El presente trabajo de investigación admite la necesidad de implementar y/o adecuar la norma ISO 9000:2015 en las oficinas farmacéuticas para alcanzar la calidad de servicio en estos establecimientos.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. OMS. El papel del farmacéutico en el sistema de atención de salud. Informe de la reunión de la OMS. Japón: OMS, Tokio; 1993. Report No.: OPS/HSS/HSE/95.01.
2. Colegio Químico Farmacéutico del Perú. Protocolo para efectuar la atención farmacéutica en pacientes con sospecha de "Covid-19". 2020.
3. MINSA. Documento Técnico, Política Nacional de Calidad en Salud. [Online].; 2009 [cited 2022 02 Pág.19-20].
4. Choque E, Peñaranda R, Sivila Y, Vargas J. Satisfacción percibida del servicio de farmacias comunitarias independientes de la ciudad de Sucre. *Bio Scientia*. 2019; 2(4):19-29.
5. Maggi Vera WA. Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro [tesis magistral]. Guayaquil: Repositorio Nacional en Ciencia y Tecnología, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil; 2018.
6. Sánchez GJ, Martí GC, Recuero GL, Mejía RM, Gómez SM, Barreda HD. Satisfacción percibida del Servicio de Farmacia: medición, análisis y mejora. *Rev. O.F.I.L.* 2015; 25(3):137-144.
7. Díaz Fernández JE, Yampi Armuto T. Satisfacción de los clientes de las farmacias Mifarma del sector Angamos Surquillo-Lima,2017 [tesis]. Lima: Repositorio de la Universidad Norbert Wiener; 2017.
8. Ramírez Saavedra V. Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas,2016 [tesis magistral]. Yurimaguas: Repositorio de la Universidad César Vallejo; 2016.
9. Cabello EA, Chirinos JL. Validación y aplicabilidad de encuestas SERVQUAL modificadas para medir la satisfacción de usuarios externos en servicios de salud. *Rev Med Hered.* 2012; 23(2): 5-9.
10. Nolasco Chávez R, Zea Carrasco EM. Calidad de servicio hacia el usuario externo en la oficina de almacén central de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga-2017 [tesis magistral]. Perú: Repositorio de la Universidad César Vallejo; 2017.
11. Summers Dcs. Administración de la Calidad. Primera Edición ed. Rosas PMG, editor. México: Pearson Educación; 2006.
12. Juran J., Blanton A. Manual de calidad de Juran.5ta ed. New York: Mc Graw-Hill Book Company;1976.
13. Deming E. Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.; 1986.

14. Crosby P. La calidad no cuesta. El arte de cerciorarse de la calidad. Cómo administrar la calidad de manera que se convierta en fuente de utilidades para su negocio. México: Mc Graw Hill Book Company;1987.
15. Ishikawa K. ¿Qué es el control total de calidad La modalidad japonesa? Bogotá: Grupo Editorial Norma;1986.
16. Feigenbaum A. Control de la calidad total.3ra ed. New York: Mc Graw-Hill Book Company;1983.
17. Paredes M.,Moreno Y., Terán P., Salgado D. Marketing de servicios. Guayaquil: Ediciones Grupo Compás;2019.
18. Matsumoto R. Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. Scielo-Revista Perspectivas. 2014; 1(34): 181-209.
19. Forrellat M. Calidad en los servicios de salud: un reto ineludible. Revista cubana de Hematología, Inmunología y Hemoterapia. 2014; 30(2): 179-183.
20. Avedis D. Prioridades para el progreso en la evaluación y monitoreo de la calidad de la atención. Salud Pública de México. 1993; 35(1): 94-97.
21. Mora L. Los principios éticos y bioéticos aplicados a la calidad de la atención en enfermería. Revista Cubana de Oftalmología-Scielo. 2015; 28(2): 228-233.
22. Duque EJ. Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. INNOVAR. 2005; 15(25): 64-80.
23. Parasuraman A., Zeithaml V., Berry I. Una escala de elementos múltiples para medir las percepciones de los consumidores sobre la calidad del servicio. Diario de venta al por menor. 1988 primavera; 64(1): p. 12-40.
24. Castillo Morales E. Escala Multidimensional SERVQUAL. 1era ed. Chile Universidad del Bío-Bío; 2005.
25. Caetano Alvés G. Marketing en los servicios de educación: Modelos de Percepción de Calidad. [tesis doctoral] Madrid: Universidad Complutense de Madrid; 2003.
26. Salud Md. Guía Técnica para la Evaluación de la Satisfacción del Usuario Externo en los Establecimientos de Salud y Servicios Médicos de Apoyo. 2012. RM N° 527-2011/MINSA.
27. Barrientos Valdez JD. Calidad de atención y satisfacción del usuario del servicio de farmacia del Centro de Salud Laura Caller-Los Olivos,2018 [tesis magistral]. Lima: Repositorio de la Universidad César Vallejo; 2018.
28. Seclén J., Darras C. Satisfacción de usuarios de los servicios de salud: factores sociodemográficos y de accesibilidad asociados. Scielo Perú. 2005; 66(2): 127-141.
29. Gilmore Carol M, De Moraes Novaes H. Manual de Gerencia de la Calidad. Vol. 4. Washington: Manuales Operativos PALTEX; 1996.

30. L. Manual de auditoría y gestión de calidad en salud: El modelo Plecoser. Barranquilla: Universidad Simón Bolívar. 2006.
31. Organización Mundial de la Salud (OMS). Comprender mejor la calidad de atención en distintas realidades. [Online].; 2020.
32. Pino Chávez W. Dimensiones de la calidad en Salud. [Online].; 2001.
33. Humet C. Calidad Asistencial. Revista de Órgano de la Sociedad Española de Calidad Asistencial.2001; 16(1): 16-S78.
34. Hernández Sampieri R, Fernández Collado C, Baptista Lucio P. Metodología de la investigación. 4a ed. México: Interamericana Editores; 2010.
35. Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI. Ayacucho-Resultados definitivos. Lima, octubre 2018. Pág 73-76. TOMO I: Aspectos generales. Análisis de los principales resultados. Cuadros estadísticos de población vivienda y hogar. Características de la Población.
36. Bertram D. Escala de Likert Scales son el sentido de la vida. Informe del tema; 2008
37. Scherpenzeel A. La validez y confiabilidad de las preguntas de la encuesta: un metanálisis de los estudios de MTMM. Vol. 25. Estados Unidos: Métodos e investigaciones sociológicas; 1997.
38. Sudman S. Medición de actitudes: registro de respuestas. Hacer preguntas: una guía práctica para el diseño de cuestionarios. San Francisco: Jossey-Bass; 1989.
39. Zeithaml V., Bitner M., Gremler D. Marketing de Servicios. 6ta ed. Interamericana. México: Mc Graw Hill;2009.

IX. ANEXOS

Anexo 1. Instrumentos para la recolección de datos
ENCUESTAS DE CALIDAD DE SERVICIO

Instrucciones: A continuación, le presentamos una serie de afirmaciones, referidas a valorar LA CALIDAD DE SERVICIO HACIA EL USUARIO EXTERNO EN LA OFICINA FARMACÉUTICA PRIVADA -2021, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, tenga a bien, por favor, marcar con un aspa, en la hoja de respuestas, en la opción que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo con el siguiente código:

En total desacuerdo					Muy de acuerdo	
1	2	3	4	5	6	7

	Dimensión de Fiabilidad	1	2	3	4	5	6	7
1	Cuando promete hacer algo en cierto tiempo, lo debe cumplir.							
2	Cuando un cliente tiene un problema, la empresa debe mostrar un sincero interés en resolverlo.							
3	La empresa debe desempeñar bien el servicio por primera vez.							
4	La empresa debe proporcionar sus servicios en el momento en que promete hacerlo.							
5	La empresa debe insistir en registros libres de error.							
	Dimensión de Sensibilidad							
6	La empresa debe mantener informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.							
7	Los empleados de la empresa deben dar un servicio rápido.							
8	Los empleados, deben estar dispuestos a ayudarles.							
9	Los empleados de la empresa, nunca deben estar demasiado ocupados para ayudarles.							
	Dimensión de Seguridad							
10	El comportamiento de los empleados, debe infundir confianza en Ud.							
11	El cliente debe sentirse seguro en las transacciones con la empresa.							
12	Los empleados, deben ser corteses de manera constante con Uds.							
13	Los empleados de la empresa de publicidad, deben tener conocimiento para responder a las preguntas de los clientes.							
	Dimensión de Empatía							
14	La empresa debe dar atención individualizada a los clientes.							
15	La empresa de publicidad debe tener empleados que den atención personal a cada uno de los clientes.							
16	La empresa debe preocuparse de sus mejores intereses.							
17	Los empleados deben entender las necesidades específicas de Uds.							
18	La empresa de publicidad debe tener horarios de atención convenientes para todos sus clientes.							
	Dimensión de elementos tangibles							
19	La empresa debe tener equipos de aspecto moderno.							
20	Las instalaciones físicas de la empresa deben ser atractivas.							
21	Los empleados de la empresa deben verse pulcros.							
22	Los materiales asociados con el servicio, deben ser visualmente atractivos para la empresa de publicidad.							

Anexo 2. Consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Mediante el presente documento expreso mi voluntad para participar en la investigación titulada: CALIDAD DE SERVICIO EN LAS OFICINAS FARMACÉUTICAS DEL DISTRITO DE AYACUCHO 2021, realizado por la Srita Janett Gonzáles Ayala a través de la entrevista para la recolección de datos. Además, declaro que estoy informado (a) que el objetivo de la investigación es evaluar la calidad del servicio en las oficinas farmacéuticas del distrito de Ayacucho en el año 2021 y confío que la información que se obtenga en este proceso será confidencial y proporcionada única y exclusivamente para fines académicos.

En la ciudad de del día.....del mes dedel año 20...

FIRMA DEL PARTICIPANTE

Anexo 3. Población de estudios

OFICINAS FARMACÉUTICAS	N° DE ENCUESTADOS	%
FARMACIAS		
Farmacia del Pino	63	47%
Farmacia Huamanga	52	
CADENAS		
Cadena de boticas Inkafarma	73	53%
Cadena de boticas MiFarma	57	
Total de establecimientos encuestados	245	100%

Fuente: Elaboración propia

Anexo 4. Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE E INDICADORES	DISEÑO METODOLÓGICO
Calidad de servicio en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021.	<p>PROBLEMA GENERAL: ¿La atención al cliente en las oficinas farmacéuticas en el departamento de Ayacucho durante el año 2021 tiene un servicio de calidad adecuada?</p> <p>PROBLEMAS ESPECIFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> •¿Cuál es el nivel de calidad de los elementos tangibles en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021? •¿Cuál es el nivel de calidad de la fiabilidad en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021? •¿Cuál es el nivel de calidad en la seguridad que transmiten los colaboradores a los clientes durante la prestación del servicio en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021? •¿Cuál es el nivel de calidad en la empatía que ofrecen las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021? •¿Cuál es el nivel de calidad en la sensibilidad de las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021? 	<p>OBJETIVO GENERAL: Evaluar la calidad de servicio en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Analizar los elementos tangibles en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021. •Describir las características que presenta la fiabilidad en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021. •Determinar las características que presenta la sensibilidad en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021. •Evaluar la seguridad que perciben los clientes durante la prestación del servicio en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021. •Determinar las características que presenta la empatía hacia los clientes de las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021. 	<p>HIPOTESIS GENERAL. Existe buena calidad de atención a los usuarios en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, durante el año 2021.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Existe un buen nivel de calidad de los elementos tangibles en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021. •Se observa un adecuado nivel de fiabilidad en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021. •Se evidencia un buen nivel de calidad en la sensibilidad de las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021. •Se aprecia un adecuado nivel de seguridad en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021. •Se tiene un buen nivel de empatía en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021. 	<p>Variable de estudio: Fiabilidad de las oficinas farmacéuticas (botica y/o farmacias). Indicador: Tiempo prometido Interés en resolver problemas Desempeño del servicio</p> <p>Servicio oportuno Variable de estudio: Sensibilidad de las oficinas farmacéuticas (botica y/o farmacias). Indicador: Información a los clientes Rapidez del servicio Disposición ayudar</p> <p>Variable de estudio: Seguridad en (botica y/o farmacias). Indicador: Infundir confianza Seguridad en las transacciones Cortesía Conocimiento</p> <p>Variable de estudio: Empatía en oficinas farmacéuticas (botica y/o farmacias). Indicador: Atención individualizada Intereses del cliente Necesidades específicas Horarios de atención</p> <p>Variable de estudio: Elementos tangibles en las oficinas farmacéuticas (botica y/o farmacias) Indicador: Equipos Instalaciones físicas Apariencia física Materiales</p>	<p>Estudio descriptivo, transversal</p> <p>La población total del distrito de Ayacucho es de 99 427.</p> <p>La población total del departamento de Ayacucho, provincia de Huamanga, distrito Ayacucho de 18 a 65 y más años de edad es de 67 294 Fuente: (Instituto Nacional de Estadística e Informática) INEI a octubre del año 2018. Se considera este segmento de la población porque es la que tiene decisión de compra. Muestra: $n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$ Donde: Z = Nivel de confianza p = probabilidad de éxito del evento q = probabilidad de no éxito N = población e = error n = tamaño de la muestra NC = 95% Error = 5% n = 245</p> <p>Análisis de Datos. La evaluación será realizada con los estadísticos no paramétricos y con un nivel de confianza del 95%</p>

Anexo 5. Operacionalización de variables

VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	OPERACIONALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEM	NIVEL DE MEDICIÓN	VALOR
Calidad de servicio	Variable cuantitativa	La variable será valorada a partir de la aplicación de un cuestionario, que considera 22 ítems para cada una de las variables de estudio. A través del instrumento SERVQUAL.	Fiabilidad	Tiempo prometido	1	Ordinal: En total desacuerdo Muy de acuerdo	1= En total desacuerdo 7= Muy de acuerdo
				Interés en resolver problemas	2		
				Desempeño del servicio	3		
				Servicio oportuno	4		
			Sensibilidad	Información a los clientes	5		
				Rapidez del servicio	6		
				Disposición ayudar	7		
				Fiabilidad	8		
			Seguridad	Infundir confianza	9		
				Seguridad en las transacciones	10		
				Cortesía	11		
				Conocimiento	12		
			Empatía	Atención individualizada	13,14		
				Intereses del cliente	15		
				Necesidades específicas	16		
				Horarios de atención	17		
			Elementos tangibles	Equipos	18		
				Instalaciones físicas	19		
				Apariencia física	20		
				Materiales	21,22		

Anexo 6. Resultados

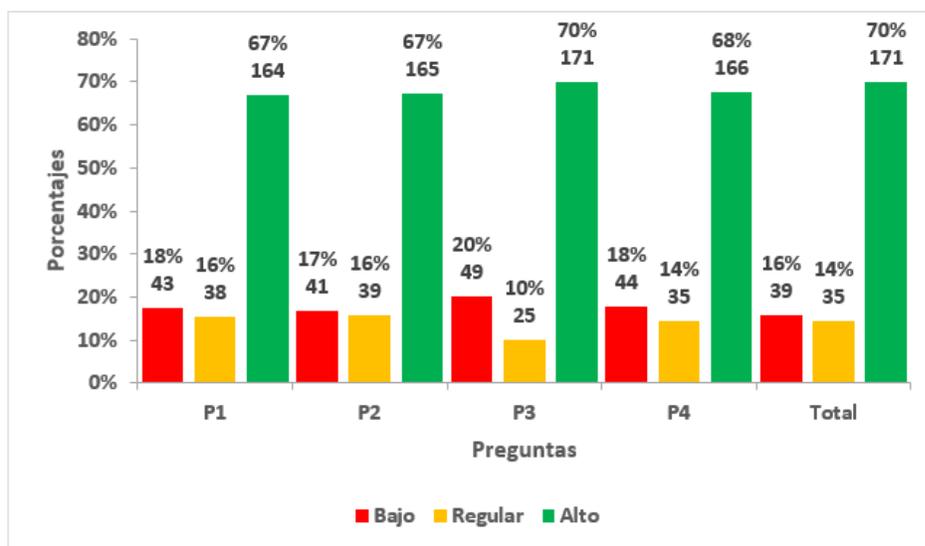


Figura 6. Calidad del servicio en la dimensión de elementos tangibles brindada por las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho 2021.

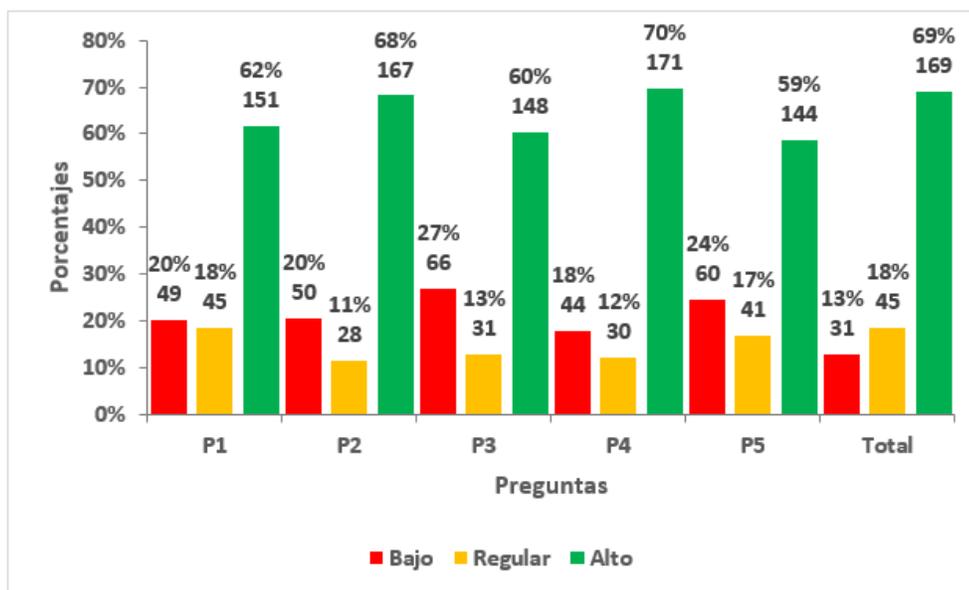


Figura 7. Calidad del servicio en la dimensión de fiabilidad brindada por las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho 2021.

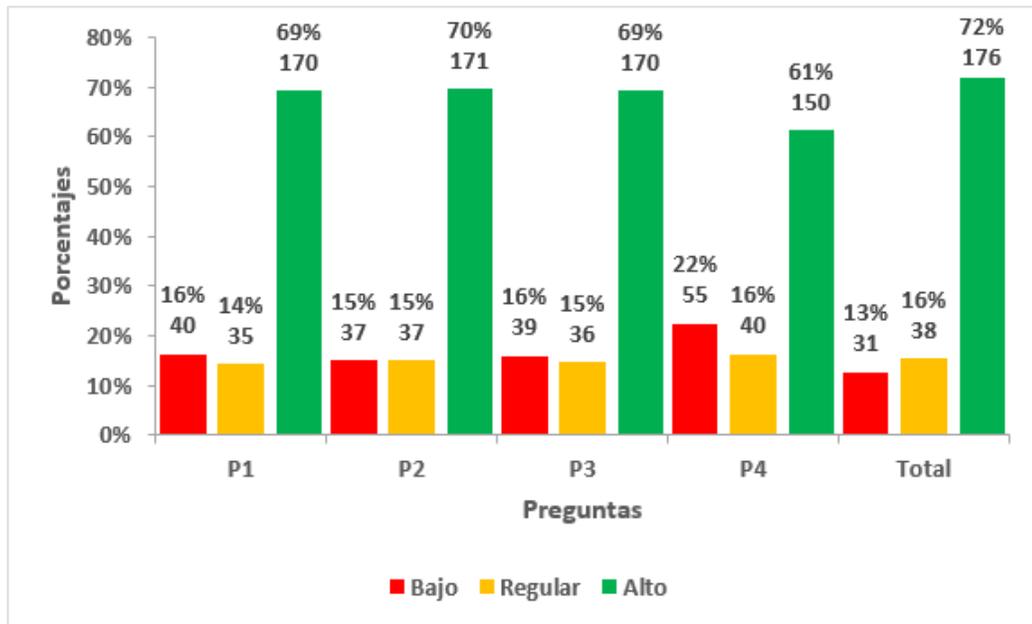


Figura 8. Calidad del servicio en la dimensión de sensibilidad brindada por las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho 2021.

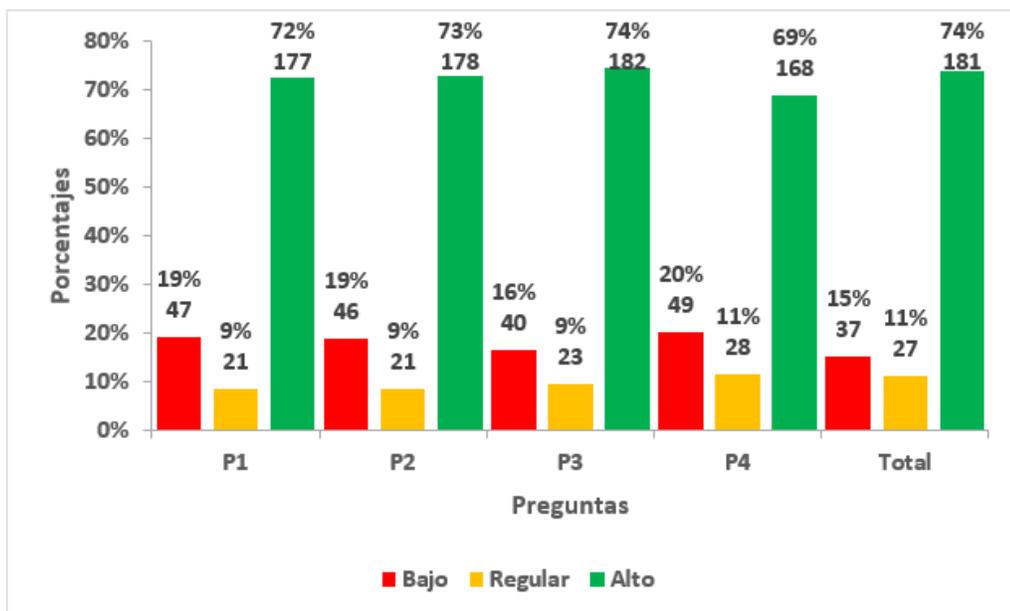


Figura 9. Calidad del servicio en la dimensión de seguridad brindada por las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho 2021.

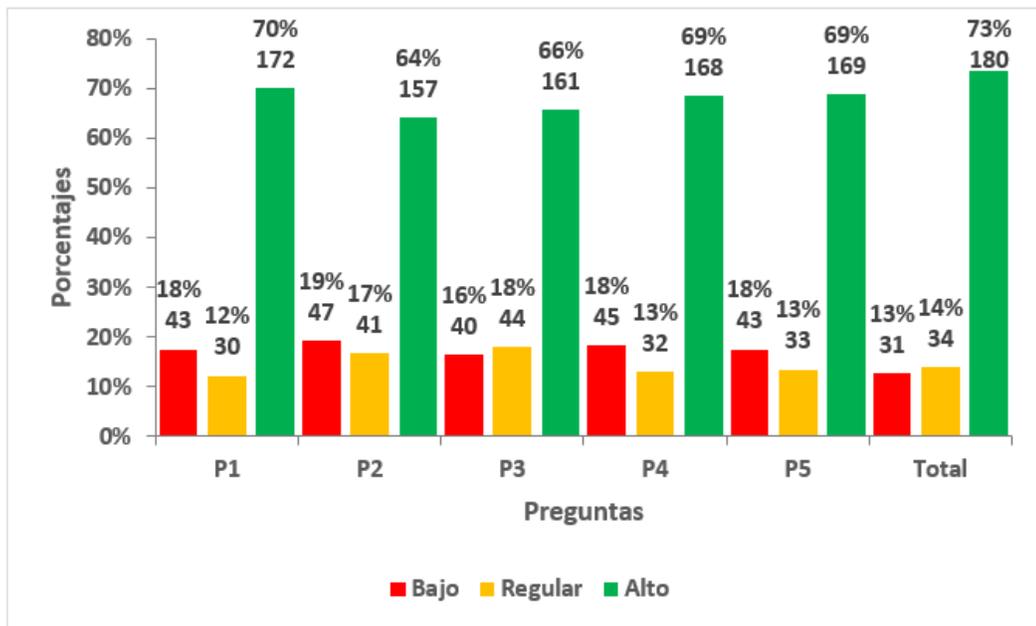


Figura 10. Calidad del servicio en la dimensión de empatía brindada por las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho 2021.

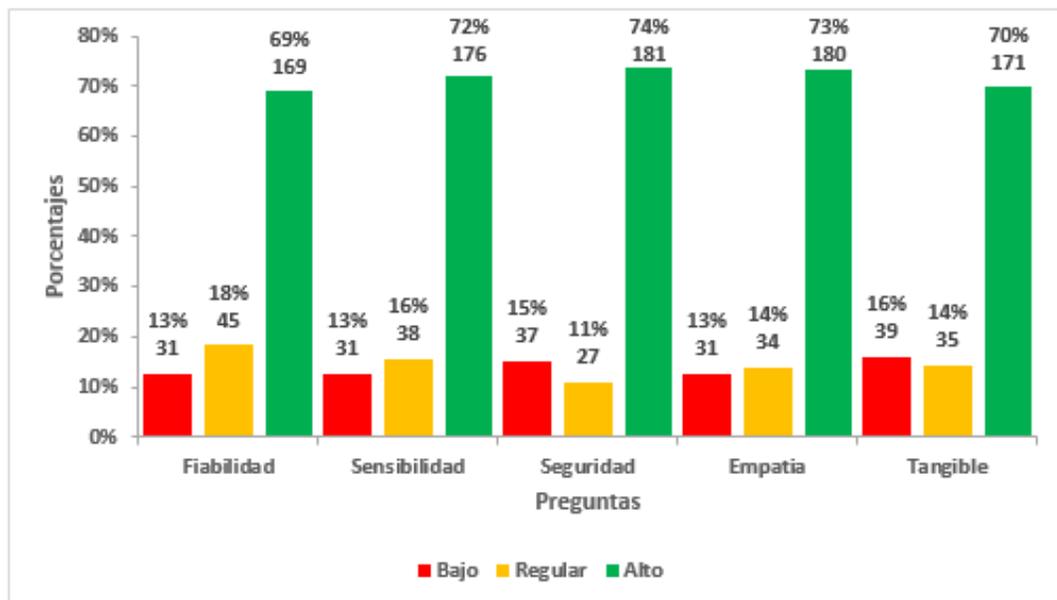


Figura 11. Calidad del servicio en dimensiones globales brindada por las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho 2021.



UNSCH

**FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA SALUD**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
FARMACIA Y BIOQUÍMICA**

**DOCENTES INSTRUCTORES
DEL SOFTWARE ANTIPLAGIO**



CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD PRIMERA INSTANCIA DE TRABAJO DE TESIS

El suscrito docente – instructor responsable de operativizar, verificar, garantizar y controlar la originalidad de los trabajos de tesis de la Escuela Profesional de Farmacia y Bioquímica designado por Resolución Decanal N° 0331 – 2022 – UNSCH – FCSA/D de fecha 03 de junio de 2022, deja constancia que el trabajo de tesis titulado:

“Calidad de servicio en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021.”

Autor: Bach. Janett GONZÁLES AYALA

Asesora: Profesora Luisa NOA YARASCA

Ha sido sometido al análisis del sistema antiplagio TURNITIN concluyendo que presenta un porcentaje de **16 % de Índice de Similitud**.

Por lo que, de acuerdo con el porcentaje establecido en el Artículo 13 del Reglamento de Originalidad de Trabajos de Investigación de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga es procedente conceder **la Constancia de Originalidad en Primera Instancia**.

Ayacucho, 09 de junio de 2022



Firmado digitalmente por:
AGUILAR FELICES ENRIQUE
JAMIER

Motivo: Soy el autor del
documento

Fecha: 09.06.2022 08:25:00

Mg. Enrique Javier AGUILAR FELICES

Docente – Instructor



UNSCH

FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA SALUD

ESCUELA PROFESIONAL DE
FARMACIA Y BIOQUÍMICA



CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD SEGUNDA INSTANCIA:
TESIS DE PREGRADO

(01-2022-EPFB-UNSCH)

La que suscribe, docente instructor de Tesis de Pregrado, luego de verificar la originalidad de la tesis de la Escuela profesional de Farmacia y bioquímica de la Facultad de Ciencias de la Salud, deja constancia que el trabajo de tesis titulado:

“Calidad de servicio en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021”

Presentado por: **Bach. GONZÁLES AYALA, Janett**

Ha sido sometido al análisis mediante el sistema TURNITIN concluyendo que presenta un porcentaje de **14% índice de similitud.**

Por lo que, de acuerdo con el porcentaje establecido en el Artículo 13° del Reglamento de Originalidad de Trabajos de investigación de pregrado de la UNSCH, **ES PROCEDENTE** conceder la Constancia de originalidad.

Ayacucho, 21 de junio del 2022



Firmado
digitalmente por
**MARICELA LÓPEZ
SIERRALTA**
Fecha: 2022.06.21
22:30:09 -05'00'

Mg. Marcela López Sierralta
Docente. Instructor

cc.
Archivo.

Calidad de servicio en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021.

por Janett Gonzales Ayala

Fecha de entrega: 21-jun-2022 09:40p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1861056736

Nombre del archivo: BORRADOR_DE_TESIS_YANET.pdf (548.24K)

Total de palabras: 14287

Total de caracteres: 75775

Calidad de servicio en las oficinas farmacéuticas privadas del distrito de Ayacucho, 2021.

INFORME DE ORIGINALIDAD

14%

INDICE DE SIMILITUD

14%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.puce.edu.ec Fuente de Internet	2%
2	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
5	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.unp.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.uoosevelt.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	revistas.reduc.edu.cu Fuente de Internet	1%
9	repositorio.upeu.edu.pe Fuente de Internet	

1 %

10

core.ac.uk

Fuente de Internet

<1 %

11

Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru

Trabajo del estudiante

<1 %

12

Submitted to Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion

Trabajo del estudiante

<1 %

13

repositorio.uma.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

14

riaa.uaem.mx

Fuente de Internet

<1 %

15

repositorio.ucsg.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

16

repositorio.unsaac.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

17

dspace.colima.tecnm.mx

Fuente de Internet

<1 %

18

repositorio.unc.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

19

repositorio.unid.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

20 Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru <1 %
Trabajo del estudiante

21 www.slideshare.net <1 %
Fuente de Internet

22 repositorio.uladech.edu.pe <1 %
Fuente de Internet

23 repositorio.upch.edu.pe <1 %
Fuente de Internet

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 30 words

Excluir bibliografía

Activo