



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE FACULTAD DE HUMANIDADES, CIENCIAS Y SALUD
PROGRAMA DE ESTUDIO DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA**

**NIVEL DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS ATENDIDOS EN LA CADENA DE
BOTICAS, NUEVO CHIMBOTE, AGOSTO - SEPTIEMBRE, 2024.**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE QUÍMICO FARMACÉUTICO

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: EPIDEMIOLOGÍA Y SALUD PÚBLICA EN MEDICAMENTOS,
PRODUCTOS NATURALES Y TÓXICOS.**

AUTOR

LUNA ENRIQUEZ, NICOLAS MARTIN

ORCID:0009-0001-4488-8238

ASESOR

ZEVALLOS ESCOBAR, LIZ ELVA

ORCID:0000-0003-2547-9831

CHIMBOTE-PERÚ

2024



FACULTAD DE FACULTAD DE HUMANIDADES, CIENCIAS Y SALUD

PROGRAMA DE ESTUDIO DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA

ACTA N° 0098-107-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **18:50** horas del día **27** de **Noviembre** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **FARMACIA Y BIOQUÍMICA**, conformado por:

OCAMPO RUJEL PERCY ALBERTO Presidente
ALVA BORJAS MARCO ANTONIO Miembro
CAMONES MALDONADO RAFAEL DIOMEDES Miembro
Dr(a). ZEVALLOS ESCOBAR LIZ ELVA Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **NIVEL DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS ATENDIDOS EN LA CADENA DE BOTICAS, NUEVO CHIMBOTE, AGOSTO - SEPTIEMBRE, 2024.**

Presentada Por :
(0108161016) **LUNA ENRIQUEZ NICOLAS MARTIN**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **14**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el **TITULO PROFESIONAL** de **Químico Farmacéutico**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

OCAMPO RUJEL PERCY ALBERTO
Presidente

ALVA BORJAS MARCO ANTONIO
Miembro

CAMONES MALDONADO RAFAEL DIOMEDES
Miembro

Dr(a). ZEVALLOS ESCOBAR LIZ ELVA
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: NIVEL DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS ATENDIDOS EN LA CADENA DE BOTICAS, NUEVO CHIMBOTE, AGOSTO - SEPTIEMBRE, 2024. Del (de la) estudiante LUNA ENRIQUEZ NICOLAS MARTIN, asesorado por ZEVALLOS ESCOBAR LIZ ELVA se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 21% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 28 de Febrero del 2025



Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis a mi madre Very, porque ella ha dado razón a mi vida, por sus consejos, su apoyo incondicional y su paciencia.

A mis hermanos, Lorena y Yersin que más que hermanos son mis verdaderos amigos los cuales me han acompañado en este arduo camino.

A mi tía Zohara, por guiarme en este camino profesional, apoyarme siempre a seguir adelante y no dejarme en el camino.

A la profesora Liz, por su apoyo constante en este arduo camino hacia la profesionalidad.

A toda mi familia que es lo mejor y más valioso que Dios me ha podido regalar.

AGRADECIMIENTO

Me gustaría agradecer a la Universidad Uladech por permitirme la oportunidad de avanzar en mi carrera profesional. Agradezco a mi familia, a los profesores que me guiaron y me dieron todo el apoyo, a los participantes de la investigación.

La fe que depositaron en mis habilidades y la disposición para ayudarme a salir adelante han sido lo más esencial para poder terminar esta tesis.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|------|
| Carátula | |
| DEDICATORIA | V |
| AGRADECIMIENTO | VI |
| ÍNDICE GENERAL | VII |
| LISTA DE TABLAS | VIII |
| RESUMEN | IX |
| ABSTRACT | X |
| I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO | 5 |
| 2.1 Antecedentes | 5 |
| 2.1.1. Antecedentes a nivel internacional | 5 |
| 2.1.2. Antecedentes a nivel nacional | 5 |
| 2.2 Bases teóricas | 6 |
| 2.3 Hipótesis | 9 |
| III. METODOLOGÍA | 10 |
| 3.1 Tipo, nivel y diseño de la investigación | 10 |
| 3.2 Población y muestra | 11 |
| 3.3 Variables. Definición y Operacionalización | 12 |
| 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información | 13 |
| 3.5 Método de análisis de datos | 14 |
| 3.6 Aspectos Éticos | 14 |
| IV. RESULTADOS | 16 |
| V. DISCUSIÓN | 18 |
| VI. CONCLUSIONES | 21 |
| VII. RECOMENDACIONES | 22 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 23 |
| ANEXOS | 28 |
| Anexo 01. Matriz de Consistencia | 28 |
| Anexo 02. Instrumento de recolección de información | 28 |
| Anexo 03. Formato de consentimiento informado | 31 |
| Anexo 04. Permiso para recolección de datos y evidencias | 32 |
| Anexo 05. Base de datos | 33 |
| Anexo 06. Establecimiento Farmaceutico y ubicación | 36 |

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Distribución porcentual de los usuarios según nivel de satisfacción por cada dimensión.

Tabla 2. Distribución porcentual de los usuarios según el grado de satisfacción respecto a la atención recibida en el Servicio de Farmacia.

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo principal evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios que recibieron atención en la cadena de boticas en Nuevo Chimbote, durante los meses de Agosto y Septiembre de 2024. La metodología utilizada fue de enfoque descriptivo y cuantitativo, con un diseño no experimental y de corte transversal. La muestra incluyó a 200 usuarios que acudieron a la farmacia en dicho período. Como técnica se empleó la encuesta, y para recolectar los datos se utilizó un cuestionario de 15 preguntas en escala de Likert, que iba desde "nada satisfecho" hasta "totalmente satisfecho". Los resultados revelaron que el 66.0% de los usuarios reportaron un alto nivel de satisfacción en la dimensión de fiabilidad, el 78.0% en capacidad de respuesta, el 75.5% en seguridad, el 74.0% en confiabilidad y el 78.5% en empatía. Estos datos reflejan un alto nivel de satisfacción general, lo cual indica la calidad del trabajo del equipo de la farmacia. Se concluye que el nivel de satisfacción de los usuarios atendidos en la cadena de boticas en el periodo mencionado fue alto, alcanzando un 80.0%.

Palabras claves: Satisfacción del cliente, calidad de servicio, usuario, dimensiones.

ABSTRACT

The main objective of this research was to assess the satisfaction level of users who received service at the pharmacy chain in Nuevo Chimbote during August and September of 2024. The methodology employed was descriptive and quantitative, with a non-experimental, cross-sectional design. The sample included 200 users who visited the pharmacy within this period. The survey technique was used, and data were collected through a 15-question Likert-scale questionnaire ranging from "not satisfied at all" to "completely satisfied." Results showed that 66.0% of users reported a high level of satisfaction in reliability, 78.0% in responsiveness, 75.5% in safety, 74.0% in dependability, and 78.5% in empathy. These findings reflect a generally high level of satisfaction, indicating the quality of work by the pharmacy team. In conclusion, the satisfaction level of users served at pharmacy chain during the mentioned period was high, reaching 80.0%.

Keywords: Customer satisfaction, service quality, user, dimensions.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

La satisfacción de los usuarios es un elemento esencial en la evaluación del desempeño de los servicios farmacéuticos. En las boticas, que representan puntos clave de acceso a medicamentos y atención primaria, garantizar una experiencia satisfactoria para los clientes es crucial. Estos establecimientos no solo se encargan de la venta de medicamentos, sino que también proporcionan asesoramiento profesional y seguimiento de tratamientos, lo que los convierte en actores fundamentales dentro del sistema de salud. En este sentido, medir la satisfacción de los usuarios en relación con los servicios ofrecidos por las boticas resulta indispensable para asegurar una atención de calidad y fidelizar a los clientes.⁽¹⁾

Diversos estudios han señalado que los factores que más influyen en la satisfacción del cliente en las boticas incluyen la calidad del servicio brindado, la disponibilidad de productos, los tiempos de espera, el ambiente físico del local y la percepción de valor en relación con el costo de los productos. Entre estos factores, los tiempos de espera y la disponibilidad de productos se destacan como los más influyentes en la experiencia global del usuario. En un entorno donde los usuarios esperan una atención rápida y eficiente, la falta de productos o la espera prolongada pueden provocar una sensación de insatisfacción y afectar negativamente la imagen del establecimiento.⁽¹⁾

El modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), es una herramienta ampliamente utilizada para evaluar la calidad del servicio, también en el sector farmacéutico. Este modelo permite medir la calidad del servicio en cinco dimensiones: confiabilidad, capacidad de

respuesta, seguridad, empatía y aspectos tangibles. Aplicado a boticas, este enfoque ayuda a identificar las áreas donde los clientes perciben que el servicio no cumple con sus expectativas. ⁽²⁾ La confiabilidad en el abastecimiento de productos y la capacidad de respuesta rápida son factores decisivos en la satisfacción del cliente en farmacias. ⁽³⁾

En la cadena de boticas, a pesar de contar con una sólida trayectoria, no se han realizado estudios recientes sobre la satisfacción de los usuarios. Esto representa una debilidad, ya que la evaluación de la experiencia de los clientes puede aportar información valiosa para mejorar el servicio, incrementar la fidelidad de los usuarios y mejorar la posición competitiva de la botica en el mercado. Sin datos claros sobre la satisfacción de los clientes, la botica corre el riesgo de no identificar aspectos clave que podrían requerir mejoras, como tiempos de espera excesivos, la falta de productos importantes o deficiencias en la atención del personal. ⁽³⁾

La disponibilidad de productos en una botica es fundamental, dado que los clientes buscan soluciones inmediatas a sus problemas de salud, que muchas veces requieren una atención rápida y eficaz. La falta de ciertos medicamentos puede provocar insatisfacción y afectar la confianza en la botica. ⁽⁴⁾

Además, los tiempos de espera prolongados son una de las principales causas de insatisfacción entre los usuarios de boticas. Los clientes que experimentan demoras tanto para recibir atención como para obtener sus productos tienden a evaluar negativamente el servicio. Esto es particularmente problemático en un entorno competitivo, donde los clientes pueden optar por cambiar de establecimiento si sienten que no reciben una atención rápida. ⁽¹⁾

1.2 Formulación del problema

¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios atendidos en la cadena de boticas, Nuevo Chimbote, Agosto–Septiembre, 2024?

1.3 Justificación

La satisfacción del cliente es un factor esencial para el éxito de las boticas, ya que estas desempeñan un papel crucial en la provisión de medicamentos y atención primaria. En un entorno con alta competencia y múltiples opciones para los consumidores, es vital que las boticas ofrezcan una experiencia positiva para mantener y atraer clientes.

La cadena de boticas enfrenta el desafío de cumplir con las expectativas de sus usuarios en cuanto a la calidad del servicio, tiempos de espera y disponibilidad de productos. Actualmente, no se ha realizado una evaluación sistemática de la satisfacción de los clientes en esta botica, lo que limita la capacidad de identificar áreas que necesitan mejoras y de optimizar el servicio ofrecido.

Este estudio es crucial para obtener una visión clara de cómo los usuarios perciben el servicio de la cadena de boticas. Con esta información, se podrán implementar cambios específicos para mejorar la satisfacción del cliente, lo que a su vez fortalecerá la lealtad de los usuarios y la competitividad de la botica. Además, los hallazgos servirán como referencia para otras boticas en el sector, proporcionando datos valiosos para la mejora de la atención en general.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

- Determinar el nivel de satisfacción de usuarios atendidos en la cadena de boticas, Nuevo Chimbote, Agosto – Septiembre, 2024.

1.4.2 Objetivo específicos

- Evaluar el nivel de satisfacción en relación a la dimensión de fiabilidad de los usuarios atendidos en la cadena de boticas, Nuevo Chimbote, Agosto – Septiembre, 2024.
- Evaluar el nivel de satisfacción en relación a la dimensión de capacidad de respuesta de los usuarios atendidos en la cadena de boticas, Nuevo Chimbote, Agosto – Septiembre, 2024.
- Evaluar el nivel de satisfacción en relación a la dimensión de seguridad de los usuarios atendidos en la cadena de boticas, Nuevo Chimbote, Agosto – Septiembre, 2024.
- Evaluar el nivel de satisfacción en relación a la dimensión de confiabilidad de los usuarios atendidos en la cadena de boticas, Nuevo Chimbote, Agosto – Septiembre, 2024.
- Evaluar el nivel de satisfacción en relación a la dimensión de empatía de los usuarios atendidos en la cadena de boticas, Nuevo Chimbote, Agosto – Septiembre, 2024.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

2.1.1. Antecedentes a nivel internacional

Arbeláez G. y Toaquiza N. ⁽⁵⁾ en 2016 realizaron un estudio para poder identificar el nivel de satisfacción de los usuarios externos de la farmacia de la FIBUSPAM, Ecuador. Este estudio fue de tipo deductivo con enfoque cuali-cuantitativo, con modalidad de campo, tipo descriptivo. Los datos fueron recopilados por medio de 125 usuarios basándose en un cuestionario diseñado por la metodología SERVQUAL. El estudio tuvo como resultado un 40% como nivel de satisfacción y un 33.5% como nivel de insatisfacción baja. Se concluyó que la calidad de atención en todas las dimensiones y los umbrales de la percepción fueron elementos que estuvieron distantes en mayor medida al nivel de satisfacción.

Peña C y Sablón N. ⁽⁶⁾, en un estudio para evaluar el nivel de servicio en una farmacia en el Ecuador por parte de los usuarios, en el cual se aplicó el diagrama de causa-efecto para la identificación del problema en el servicio. Se obtuvo como resultado que el nivel de servicio en la farmacia es regular, teniendo como componente más bajo la disponibilidad de los productos farmacéuticos y como mejor la seguridad de la información brindada y el tiempo de espera.

2.1.2. Antecedentes a nivel nacional

Díaz J y Yampi T. ⁽⁷⁾, realizó un estudio para poder establecer el nivel de satisfacción de los pacientes en las farmacias MIFARMA en Lima – Sector de Angamos de Surquillo. Se utilizó una investigación de tipo descriptivo y de diseño observacional, transversal y prospectivo. Se concluyó que ningún

paciente en el año 2017 en dicho establecimiento tuvo un nivel de satisfacción bajo, teniendo en mayor nivel, pacientes con niveles de satisfacción alta con un 91.3%, dentro de este porcentaje se puede visualizar pacientes que cuentan con nivel de estudio superior técnico y pacientes de tipo continuador.

Torres J. ⁽⁸⁾ en un estudio realizado para poder determinar la satisfacción de los usuarios con la atención recibida en farmacias y botica en el Tambo, Huancayo. Se utilizó el método científico transversal, transversal, prospectiva, de nivel descriptivo y diseño no experimental. Los datos fueron recopilados de todos los clientes que acudieron a 10 boticas, y se realizó el trabajo con una muestra de 384 personas las cuales fueron escogidas a través de un muestreo no probabilístico intencional. Como conclusión se obtuvo un 60.7% nivel de satisfacción, en el cual se recalca la capacitación constante del personal para obtener una mejra en el servicio.

Aliaga M. ⁽⁹⁾ realizo un estudio para poder determinar la calidad de atención farmacéutica y el nivel de satisfacción de los clientes en boticas INKAFARMA en la ciudad de Huancayo en el año 2022. Utilizo una investigación básica, de tipo transversal, observacional. Su muestra contó con 100 clientes. Tuvo como resultado en relación a calidad de atención farmacéutica un 47% en buena, 53% satisfecho con el nivel de satisfacción. Se concluye que el tipo de calidad de atención farmacéutica en las boticas Inkafarma de Huancayo en el año 2022 fue de 47% buena, 33% regular, 20% excelente y 53% satisfecho.

2.2 Bases teóricas

Modelo SERVQUAL

La escala SERVQUAL utiliza una encuesta con 22 atributos de servicio, organizados en cinco dimensiones de calidad. En algunos casos, se solicita a los clientes que den

dos valoraciones por cada atributo: una sobre el nivel de servicio que esperarían de empresas excelentes en el sector, y otra sobre el servicio que perciben de una empresa específica. La diferencia entre estas dos valoraciones representa la medida cuantitativa de la calidad del servicio. (10)

Dimensiones

El modelo SERVQUAL se divide en 5 diferentes dimensiones:

-Fiabilidad

La fiabilidad se refiere a la capacidad de cumplir con el servicio prometido de manera consistente y con atención, siendo la dimensión más relevante. Esta implica que la empresa ofrezca un servicio seguro, confiable y con precisión, asegurando que desde el primer contacto el cliente perciba la competencia y profesionalismo de la organización. ⁽¹¹⁾

-Sensibilidad

Se refiere a la voluntad de ayudar a los clientes, proporcionando un servicio eficiente, rápido y adecuado, cumpliendo con las solicitudes de manera oportuna. Además, implica la capacidad de la empresa para estar disponible y accesible cuando el cliente lo necesite, facilitando la comunicación y respondiendo a sus necesidades de forma ágil y efectiva. Esto incluye la capacidad de la organización para garantizar que los usuarios reciban la atención necesaria en el momento preciso, lo que refuerza la confianza y satisfacción del cliente. ⁽¹¹⁾

-Seguridad

Se refiere a la competencia y dedicación de los empleados, así como a su capacidad para generar confianza en los clientes. Esto implica que el cliente sienta seguridad al confiar sus problemas a la empresa, sabiendo que serán gestionados de la mejor manera posible. La seguridad abarca aspectos como la credibilidad, integridad,

confiabilidad y honestidad, y es fundamental que la empresa demuestre su compromiso en estos valores para aumentar la satisfacción del cliente. ⁽¹¹⁾

-Empatía

Se refiere al grado de atención personalizada y al conocimiento específico que las empresas brindan a sus clientes. Implica la capacidad de empatizar y comprender las emociones de los demás. Los aspectos clave para el cliente son el respeto y la buena disposición, además del compromiso y la dedicación por parte de la empresa para conocer en profundidad sus necesidades y requisitos individuales. ⁽¹¹⁾

-Elementos tangibles

Se refiere a los aspectos visibles y físicos de la empresa, como la infraestructura, los equipos, los materiales utilizados, y la apariencia del personal. En este contexto, el modelo SERVQUAL evalúa cómo las expectativas de los clientes en relación con estos elementos tangibles se comparan con el desempeño real de la empresa. La capacidad de una organización para gestionar sus tangibles se desglosa en dos dimensiones clave: por un lado, el estado y calidad del equipo e instalaciones; por otro, la presentación del personal y los materiales de comunicación que se emplean para interactuar con los clientes. Ambos aspectos son fundamentales para generar una percepción positiva en los usuarios y contribuir a su satisfacción general con el servicio. ⁽¹¹⁾

Satisfacción del cliente

La satisfacción se considera generalmente un concepto más amplio, mientras que la calidad del servicio se centra específicamente en ciertos aspectos del mismo. Por ello, la calidad del servicio es vista como una parte integral de la satisfacción. La experiencia del cliente se ve fuertemente influenciada por la valoración que realiza del producto o servicio recibido. ⁽¹²⁾

Calidad de servicio

La calidad del servicio se define como la capacidad de cumplir con las expectativas del cliente respecto a cómo un servicio satisface sus necesidades. Es crucial que una organización, al definir su visión en términos de la calidad del servicio, primero reconozca que un servicio se considera de calidad cuando logra su objetivo principal: satisfacer las necesidades de los clientes, tanto en el presente como en el futuro. Un servicio se considera eficiente cuando los resultados obtenidos superan las expectativas que el cliente tenía antes de utilizarlo. ⁽¹³⁾

Atención al cliente

La atención al cliente implica la aplicación efectiva de estrategias para proporcionar un nivel adecuado de servicio tanto a clientes internos como externos, considerando también a la competencia. Este concepto se refiere al servicio ofrecido por las empresas, ya sea en la prestación de servicios o en la comercialización de productos, para interactuar directamente con los clientes. El servicio al cliente se centra en gestionar adecuadamente el proceso de venta, asegurando una comunicación directa que permita resolver cualquier duda y lograr una satisfacción óptima del cliente. ⁽¹³⁾

Escala de LIKERT

Son herramientas psicométricas en las que el encuestado debe expresar su grado de acuerdo o desacuerdo con una afirmación, ítem o declaración, utilizando una escala ordenada y unidimensional. Estas herramientas son ampliamente utilizadas en el campo de las Ciencias Sociales para medir diversos aspectos. Este tipo de escala fue introducida en 1932 por Rensis Likert, quien publicó un informe detallando cómo emplear este tipo de instrumento para medir actitudes. ⁽¹⁴⁾

2.3 Hipótesis

No aplica

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo, nivel y diseño de la investigación

El estudio utilizará un enfoque de investigación descriptivo, ya que este método permitirá analizar y detallar la satisfacción de los usuarios de manera clara y precisa. Este tipo de investigación se centra en extraer conclusiones generales sobre una muestra, que puede estar compuesta por un grupo de personas u objetos, con el fin de comprender su funcionamiento o comportamiento. ⁽¹⁵⁾

El nivel de la investigación será cuantitativo, ya que se utilizarán los datos recopilados para confirmar o refutar la hipótesis formulada a través de mediciones numéricas y análisis estadísticos. El objetivo principal de este enfoque es verificar las teorías planteadas en el estudio y obtener respuestas concretas. ⁽¹⁶⁾

El diseño de este estudio será no experimental, dado que los datos se recogerán mediante un cuestionario para su análisis. Este tipo de diseño se distingue porque no implica la manipulación intencionada de las variables, sino que se basa en la observación natural de la muestra, que luego será evaluada. En este enfoque, se examinan hechos reales que no han sido alterados por el investigador. ⁽¹⁷⁾

El estudio será de tipo transversal, ya que se llevará a cabo entre los meses de agosto y septiembre. Esto implica que los objetivos y datos obtenidos se recopilarán en un período de tiempo determinado, sin que los resultados sean permanentes. Se enfoca en ofrecer información puntual y específica del estudio en un momento concreto. ⁽¹⁸⁾

3.2 Población y muestra

Población

La población serán los usuarios que frecuentan en la boticas INKAFARMA CH 18, Nuevo Chimbote durante los meses de agosto a septiembre del 2024.

Muestra

La muestra se determinó mediante un enfoque de muestreo no probabilístico y no seleccionado. Se aplicó el cuestionario a los usuarios que fueron acudiendo al establecimiento en un horario de 8 am a 2 pm de lunes a sábado ya que domingo hay poca afluencia de gente, este proceso se repitió por 3 semanas consecutivas.

Criterios de inclusión

Usuarios del servicio farmacéutico de la botica

Usuarios que presentaron mayoría de edad

Usuarios que firmaron el consentimiento informado

Criterios de exclusión

Acompañantes de los usuarios que no usan el servicio

3.3 Variables. Definición y Operacionalización

Tabla 1 Operacionalización de las variables

| Variable | Definición Operativa | Dimensiones | Indicadores | Escala de medición | Escala de valoración | Niveles y rangos |
|--|---|------------------------|--|--|--|--|
| Nivel de satisfacción del usuario en el servicio de farmacia | El nivel de satisfacción del usuario se define como el nivel de bienestar y gratitud con respecto a la atención farmacéutica brindada por la cadena de boticas, en el periodo de agosto a septiembre del 2024 | Fiabilidad | -Puntualidad -Disponibilidad de medicamentos -Oportunidad de atención | La medición de cada una de las dimensiones se hizo mediante la inclusión de tres preguntas plasmadas en el cuestionario. | Del 1 al 5 No satisfecho (1) Poco satisfecho (2) Neutral (3) Satisfecho (4) Totalmente satisfecho (5) | Variable: Bajo (15-35) Medio (36-55) Alto (56-75) Dimensiones: Bajo (3-7) Medio (8-11) Alto (12-15) |
| | | Capacidad de respuesta | -Atención rápida -Atención farmacéutica rápida -Tiempo de entrega de los medicamentos | | | |
| | | Seguridad | -Resolución efectiva de las consultas -Atención con suficiente tiempo -Atención segura | | | |
| | | Confiabilidad | -Medicamento en buen estado -Medicamento disponible -Ambiente adecuado | | | |
| | | Empatía | -Trato amable -Entendimiento farmacéutico -Satisfacción con el servicio | | | |

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información

Para la recolección de datos de este estudio se usará la encuesta como técnica, se procedió a pedir los permisos correspondientes al director técnico y al supervisor para poder encuestar a los usuarios que frecuenten la cadena de boticas, en el periodo de agosto a septiembre del 2024. Los datos se recogerán y plasmarán en el programa Microsoft Excel que facilitó el orden y mejoró el análisis de estos datos.

La técnica de la encuesta es una de las herramientas más comunes y eficaces en el ámbito de la investigación, debido a su capacidad para recopilar y procesar información de manera rápida y eficiente. Esta metodología permite obtener datos directamente de los participantes, lo que facilita la recolección de grandes cantidades de información en un corto período de tiempo. Además, las encuestas pueden ser aplicadas a diversos grupos de personas, lo que las convierte en un método versátil para estudiar diferentes poblaciones y fenómenos, y permiten analizar percepciones, actitudes y comportamientos de manera estructurada. ⁽¹⁹⁾

El instrumento seleccionado para la recolección de información será un cuestionario diseñado con una escala de Likert, la cual permite medir las percepciones y actitudes de los usuarios. Las preguntas del cuestionario están cuidadosamente elaboradas con el objetivo de evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios que acuden a la botica, abordando diferentes aspectos del servicio. Cada dimensión relevante será evaluada a través de tres preguntas, lo que permitirá obtener una visión integral de la experiencia del cliente y facilitar el análisis de los resultados en función de cada área evaluada.

3.5 Método de análisis de datos

Con los datos que se obtuvieron luego de la aplicación del cuestionario a todos los usuarios que acuden a la cadena de boticas, en el periodo de agosto a septiembre del 2024 se elaboró una base de datos temporal en el software Microsoft Excel, para posteriormente ordenarlas en tablas de distribución porcentual y ser analizadas de tal forma que nos acercó a concluir nuestro estudio.

Para medir el nivel de satisfacción se aplicó la técnica de baremación, categorizándolas por niveles, bajo (15-35), medio (36-55) y alto (56-75). Con estos rangos podemos interpretar los niveles de satisfacción de los usuarios. ⁽²⁰⁾

| Grado | Puntuación |
|-----------------------|-------------------|
| Nada satisfecho | 1 |
| Poco satisfecho | 2 |
| Neutral | 3 |
| Satisfecho | 4 |
| Totalmente satisfecho | 5 |

3.6 Aspectos Éticos

Los principios éticos considerados en el presente estudio, se rigen bajo el reglamento de integridad científica de la universidad ULADECH Católica.

Los principios éticos considerados en la presente investigación son:

Protección de las personas

En la presente investigación, los individuos que participen no serán expuestos públicamente. Se garantizará el respeto a su dignidad humana, identidad, diversidad, así como la confidencialidad y privacidad de su información. ⁽²¹⁾

Libre participación y derecho a estar informado

Durante el desarrollo de la investigación, los participantes en la investigación deben estar plenamente informados sobre el desarrollo del estudio y cada una de las etapas del proceso. Además, los datos obtenidos deberán ser compartidos con ellos al finalizar la investigación. ⁽²¹⁾

Principio de respeto a la dignidad humana

La presente investigación brinda la libertad a los individuos de decidir sobre sus propias acciones, incluyendo su participación voluntaria en el estudio. Este derecho también implica que el participante recibirá toda la información relevante, ya que el investigador tiene la responsabilidad de explicar detalladamente la naturaleza del estudio y los derechos que le corresponden. ⁽²¹⁾

Buenas prácticas del investigador

El investigador debe ser consciente de su responsabilidad hacia la sociedad, la cual no debe ser transferida a otros. Además, es fundamental mantener la confidencialidad de los datos personales de los participantes en la investigación.

⁽²¹⁾

IV. RESULTADOS

Tabla 1. Distribución porcentual de los usuarios según nivel de satisfacción por cada dimensión.

| Nivel de satisfacción | | | | | | | | |
|------------------------------|-------------|----------|--------------|----------|-------------|----------|--------------|----------|
| DIMENSIONES | Alto | | Media | | Bajo | | Total | |
| | N | % | N | % | N | % | N | % |
| FIABILIDAD | 132 | 66.0 | 65 | 32.5 | 3 | 1.5 | 200 | 100 |
| CAPACIDAD DE RESPUESTA | 156 | 78.0 | 39 | 19.5 | 5 | 2.5 | 200 | 100 |
| SEGURIDAD | 151 | 75.5 | 46 | 23.0 | 3 | 1.5 | 200 | 100 |
| CONFIABILIDAD | 148 | 74.0 | 49 | 24.5 | 3 | 1.5 | 200 | 100 |
| EMPATÍA | 157 | 78.5 | 40 | 20.0 | 3 | 1.5 | 200 | 100 |

Fuente: Base de datos. (Anexo 05)

Tabla 2. Distribución porcentual de los usuarios según el grado de satisfacción respecto a la atención recibida en el Servicio de Farmacia.

| Nivel de satisfacción | N | Porcentaje |
|------------------------------|----------|-------------------|
| Alto | 160 | 80.0 |
| Medio | 38 | 19.0 |
| Bajo | 2 | 1.0 |
| Total | 200 | 100 |

Fuente: Base de datos. (Anexo 05)

V. DISCUSIÓN

Con la presente investigación se logró medir el nivel de satisfacción de los usuarios que fueron atendidos en la cadena de boticas, con respecto a cada dimensión se pudo encontrar los siguientes resultados.

En la **TABLA 1**, con respecto a la dimensión de fiabilidad, se puede observar que 66.0% obtuvo un nivel de satisfacción alto, lo que se puede interpretar que los usuarios que ingresan a la farmacia obtienen un nivel alto de credibilidad y se le garantizará una atención sin errores. Se debe tomar en cuenta que el nivel de satisfacción medio nos brinda un dato importante que se debe tener presente para poder tener una mejoría en la dimensión de fiabilidad para poder mejorar y lograr un nivel de satisfacción alto total con los usuarios que acuden al establecimiento. **Diaz J. y Yampi T.** ⁽⁷⁾ obtuvieron unos datos similares en su estudio realizado en MIFARMA – Angamos de Surquillo, Lima, en el cual un 85% de los usuarios encuestados obtuvieron un alto nivel de satisfacción con respecto a la dimensión de fiabilidad en los servicios que se les fueron brindados. Este porcentaje de nivel de satisfacción en la dimensión de fiabilidad contrasta con nuestro porcentaje alto de satisfacción con respecto al usuario.

En la sección correspondiente a la dimensión de capacidad de respuesta se puede observar que el 78.0% de los usuarios a los que se aplicó la encuesta obtuvieron un nivel alto de satisfacción, lo que puede significar que el establecimiento posee personal altamente capacitado sobre los productos farmacéuticos que este ofrece.

En el caso de **Torres J.** ⁽⁸⁾, la cual evidenció un 58.9% de nivel satisfacción alta con respecto a la dimensión de capacidad de respuesta, aunque se debe tener en cuenta que el 39.6% de los usuarios presentaron un nivel de satisfacción medio, lo que refleja un dato alarmante que se debe tener en cuenta a tratar.

En la dimensión de seguridad se aprecia un 75.5% de nivel de satisfacción alta. Esto se puede entender como que la mayoría de los usuarios que fueron a la farmacia tienen la confianza en que los productos que se ofrecen y la atención proporcionada por el personal son de calidad garantizada. El estudio realizado por **Aliaga M.** ⁽⁹⁾ obtuvo datos contrarios a los nuestros con respecto a la dimensión de seguridad con un 28% de nivel de satisfacción alto, pero en cambio obteniendo un 48% de nivel de seguridad medio lo cual se puede interpretar como que los usuarios no están del todo convencidos sobre la garantía del servicio brindado por el personal y tampoco sobre los productos brindados en ese establecimientos, lo cual pone en evidencia un dato alarmante que debería ser corregido con rapidez.

En la dimensión de confiabilidad se obtuvo un 74.0% lo cual refiere a un nivel de satisfacción alto, esto se puede interpretar a que el establecimiento posee una buena dirección, lo cual se manifiesta en la confianza que poseen los usuarios hacia los productos farmacéuticos de calidad y también hacia el personal que les brinda la atención. En el estudio realizado por **Ramos F.** ⁽²²⁾ nos muestra un resultado diferente al obtenido en nuestra investigación, este identificó un 41% de nivel de satisfacción alto, lo cual es mucho menor a la media de su muestra analizada en su investigación.

En la dimensión de empatía se obtuvo un 78.5% de nivel de satisfacción alto, lo que es relacionado a un trato bueno por parte del personal de la farmacia, los cuales brindan una atención adecuada al usuario demostrando un interés por la salud y vida del usuario. **Mendieta L.** ⁽²³⁾ en su estudio pudo identificar un 100% de nivel de satisfacción alto referente a la dimensión de empatía, lo que evidencia que el personal de la farmacia que fue estudiada tiene la capacidad para poder correlacionarse activamente con el usuario, por lo que se realiza lo necesario para que este pueda salir satisfecho del establecimiento cumpliendo con todas las expectativas.

En la **TABLA 2**, con respecto a la distribución porcentual de los usuarios según el grado de satisfacción con respecto a la atención recibida en el servicio de farmacia, se puede evidenciar que el nivel de satisfacción del usuario en el establecimiento farmacéutico es de un 80.0% lo cual indica que se brinda una atención muy aceptable a los usuarios. Estos datos pueden ayudar a poder mejorar estos resultados y poder brindar una atención de calidad. **Ramos F** ⁽²²⁾ en un estudio sobre calidad de servicio y satisfacción del cliente nos muestra que un 71.76% de los usuarios estuvieron totalmente satisfechos, esto indica que la farmacia en cuestión cumple en alta expectativa con la mayoría de dimensiones, aunque el mismo dato nos indica también que se debe realizar mejoras en las dimensiones previas para poder tener un resultado más aceptable.

VI. CONCLUSIONES

- Se determinó que el nivel de satisfacción de los usuarios atendidos en la cadena de boticas, Nuevo Chimbote, Agosto – Septiembre, 2024, fue alto.
- Se evaluó que el nivel de satisfacción en relación a la dimensión de fiabilidad de los usuarios atendidos en la cadena de boticas fue de un nivel alto.
- Se evaluó que el nivel de satisfacción en relación a la dimensión de capacidad de respuesta de los usuarios atendidos en la cadena de boticas fue de un nivel alto.
- Se evaluó que el nivel de satisfacción en relación a la dimensión de seguridad de los usuarios atendidos en la cadena de boticas fue de un nivel alto.
- Se evaluó que el nivel de satisfacción en relación a la dimensión de confiabilidad de los usuarios atendidos en la cadena de boticas fue de un nivel alto.
- Se evaluó que el nivel de satisfacción en relación a la dimensión de empatía de los usuarios atendidos en la cadena de boticas fue de un nivel alto.

VII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda la implementación de capacitaciones mas exhaustivas para el personal, de esta manera se refuerce los saberes y las capacidades de orientación hacia los usuarios.
- Realizar un esquema de atención optimizado para satisfacer la experiencia del usuario en un menor tiempo y con una mejor calidad.
- Crear un sistema de inventario mas simplificado para que el usuario pueda encontrar lo que requiera de manera más eficaz.
- Realizar un chequeo de stock de los productos disponibles de manera más continua para poder identificar las deficiencias de estas y poder reponer a tiempo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Kumari N. Suresh P. Customer Satisfaction of Pharmacy Services of Tertiary Care Hospital: A Review. IJHSP, 7(1):128-4. [Internet]. 2023. [citado el 07 de Septiembre del 2024]; Disponible en: <https://www.supublication.com/index.php/ijhsp/article/view/92>
2. Parasuraman A, Zeithaml V, Berry L. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing. 64(1):12-40. [Internet]. 1988. [citado el 07 de Septiembre del 2024]; Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/200827786_SERVQUAL_A_Multiple-item_Scale_for_Measuring_Consumer_Perceptions_of_Service_Quality
3. Ford, Erick W. Stop Making Sense? Seeking Clarity in a Chaotic or Complex World. Journal of Healthcare Management. 64(5). [Internet]. 2019. [citado el 07 de Septiembre del 2024]; Disponible en: https://journals.lww.com/jhmonline/fulltext/2019/10000/stop_making_sense_seeking_clarity_in_a_chaotic_or.1.aspx
4. Menebo M. Smart advertising in prescription only medication; aligning it with prescriber's or consumer's behavior. International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing. 16(1). [Internet]. 2021. [citado el 07 de Septiembre del 2024]; Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/355167582_Smart_advertising_in_prescription_only_medication_aligning_it_with_prescriber%27s_or_consumer%27s_behavior
5. Arbeláez G. Toaquiza N. Nivel de satisfacción del usuario externo en la farmacia de la Fundación Internacional Buen Samaritano Paul Martel. [Internet]. Tesis:

- Univ. Técnica de Ambato; 2016. [citado el 07 de Septiembre del 2024];
Disponible en: <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/24304>
6. Peña C. Sablón N. Evaluación del nivel de servicio en una farmacia en el Ecuador. Rev. UNIANDES Episteme. 10(1). [Internet]. 2023. [citado el 07 de Septiembre del 2024]; Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8879882>
 7. Diaz J. Yampi T. Satisfacción de los clientes de las farmacias MIFARMA del sector Angamos de Surquillo – LIMA, 2017. [Internet]. Tesis: Univ. Norbert Wiener; 2018. [citado el 07 de Septiembre del 2024]; Disponible en: <https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/1654/TITULO%20-%20Yampi%20Armuto%2C%20Toribia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
 8. Torres J. Satisfacción de los usuarios con la atención recibida en farmacias y boticas de el Tambo, Huancayo – 2021 [Internet]. Tesis: Univ. Peruana de los Andes; 2022. [citado el 07 de Septiembre del 2024]; Disponible en: <https://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/3842>
 9. Aliaga M. Calidad de atención farmacéutica y nivel de satisfacción de los clientes de boticas INKAFARMA de la ciudad de Huancayo 2022 [Internet]. Tesis: Univ. Peruana de los Andes; 2023. [citado el 07 de Septiembre del 2024]; Disponible en: <https://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/5877>
 10. Contreras J. Camacho M. Segura L. Evaluación de la calidad en el servicio mediante el Modelo SERVQUAL a una microempresa Chocolatera. Rev. De Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación. 1(1). [Internet]. 2019. [citado el 07 de Septiembre del 2024]; Disponible en:

<https://www.eumed.net/rev/rilcoDS/01/modelo-servqual.pdf>

11. Vinueza A. Vizúete O. Las dimensiones del modelo SERVQUAL en la satisfacción del cliente de la empresa CLOUDSTUDIO Cia. Ltda. en la ciudad de Quito [Internet]. Tesis: Univ. Nacional de Chimborazo; 2021. [citado el 07 de Septiembre del 2024]; Disponible en: <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7432>
12. Zárraga L. Molina V. Corona E. La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera. Rev. de Estudios en Contaduría, Administración e Infomática. 7(18). [Internet]. 2018. [citado el 07 de Septiembre del 2024]; Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/6379/637968306002/637968306002.pdf>
13. Miranda M. Chiriboga P. Romero M. Tapia L. Fuentes L. La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí. Rev. Dominio de las Ciencias. 7(4). [Internet]. 2021. [citado el 07 de Septiembre del 2024]; Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383980>
14. Matas A. Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. Rev. Electrónica de Investigación Educativa. 20(1). [Internet]. 2018. [citado el 07 de Septiembre del 2024]; Disponible en: <https://redie.uabc.mx/redie/article/view/1347>
15. Raymendez L. Cumplimiento de buenas prácticas de dispensación y satisfacción del usuario en farmacia Farmasheco en distrito de Los Olivos 2023 Tesis: Universidad Cesar Vallejo; 2020. [Internet] [citado 30 de agosto de 2024] Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/126897>

16. Manterola C., Quiroz C. Metodología de los tipos y diseños de estudio más frecuentemente utilizados en investigación clínica. Revista Médica Clínica Las Condes. 30 (1) [Internet] 2019 [citado 30 de agosto de 2024] Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864019300057>
17. Barquero B. Contribuciones de los recorridos de estudio e investigación en la universidad: el caso de la formación del profesorado. Revista de la Sociedad Española de Investigación en Educación Matemática. 21 [Internet] 2022 [citado 30 de agosto de 2024] Disponible en: <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/223347/Art.%205.pdf?sequence=1>
18. Cisneros A. Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que Apoyan a la Investigación Científica en Tiempo de Pandemia. Rev. Dominio De Las Ciencias. 8 (1) [Internet] 2022 [citado 30 de agosto de 2024] Disponible en: <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2546>
19. Casas J. Repullo J. Donado J. La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). Rev. Atención Primaria. 31(8). [Internet]. 2003. [citado el 07 de Septiembre del 2024] Disponible en: <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion-elaboracion-cuestionarios-13047738>
20. Hernández Y. Lazo G. Herramienta para medir el nivel de satisfacción de los clientes en ETECSA Pinar del Río. Rev. Redalyc. 17(3). [Internet]. 2015. [citado el 07 de Septiembre del 2024] Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/6378/637867039005.pdf>
21. Rodas K. NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO Y CALIDAD DE ATENCIÓN BRINDADA EN EL SERVICIO DE FARMACIA. CENTRO DE SALUD MIRAFLORES ALTO_CHIMBOTE, 2021 [Internet]. Tesis: Univ. Católica Los Ángeles de Chimbote; 2021. [citado el 07 de Septiembre del 2024];

Disponible en:

https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/33021/SATISFACCION_USUARIO_RODAS_TRUJILLO_KAREM.pdf?sequence=3&isAllowed=y

22. Ramos F. Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Farmacia Central, Huaraz-2022. Tesis: Universidad San Pedro; 2022 [Internet] [citado 25 de octubre de 2024] Disponible en:

<https://repositorio.usanpedro.edu.pe/items/5f20e619-2bfd-4f96-9f56-bcf45a65f1d2>

23. Mendieta L. Nivel de satisfacción del usuario del servicio de farmacia del Centro de Salud Melvin Jones, distrito el Porvenir- Junio 2020. Tesis: Universidad Cesar Vallejo; 2020 [Internet] [citado 26 de octubre de 2024] Disponible en:

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47170/Mendieta_FLC-SD.pdf?sequence=1

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de Consistencia

| Formulación del problema | Objetivos | Hipótesis | Variables | Metodología |
|---|---|------------------|--|---|
| <p>¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios atendidos en la cadena de boticas, Nuevo Chimbote, Agosto– Septiembre, 2024?</p> | <p>Objetivo general</p> <p>Determinar el nivel de satisfacción de usuarios atendidos en la cadena de boticas, Nuevo Chimbote, Agosto – Septiembre, 2024.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Evaluar el nivel de satisfacción en relación a la dimensión de fiabilidad de los usuarios atendidos en la cadena de boticas, Nuevo Chimbote, Agosto – Septiembre, 2024. -Evaluar el nivel de satisfacción en relación a la dimensión de capacidad de respuesta de los usuarios atendidos en la cadena de boticas, Nuevo Chimbote, Agosto – Septiembre, 2024. -Evaluar el nivel de satisfacción en relación a la dimensión de seguridad de los usuarios atendidos en la cadena de boticas, Nuevo Chimbote, Agosto – Septiembre, 2024. -Evaluar el nivel de satisfacción en relación a la dimensión de confiabilidad de los usuarios atendidos en la cadena de boticas, Nuevo Chimbote, Agosto – Septiembre, 2024. -Evaluar el nivel de satisfacción en relación a la dimensión de empatía de los usuarios atendidos en la cadena de boticas, Nuevo Chimbote, Agosto – Septiembre, 2024. | <p>No aplica</p> | <p>Variable:</p> <p>Nivel de satisfacción</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fiabilidad -Capacidad de respuesta -Seguridad -Confiabilidad -Empatía | <p>Tipo:</p> <p>Descriptivo</p> <p>Nivel:</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Diseño:</p> <p>No experimental y de corte transversal</p> |

Anexo 02. Instrumento de recolección de información

NIVEL DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS ATENDIDOS EN LA

BOTICA INKAFARMA - CHIMBOTE 18, NUEVO CHIMBOTE,
AGOSTO – SEPTIEMBRE, 2024.

Fecha: / /

Estimado usuario (a), el objetivo de la presente encuesta, consiste en conocer su opinión acerca del grado de satisfacción que Ud. ha percibido después de la atención al Servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa. Por esta razón le agradecemos su gentil participación.

Encuestas demográficas

1. Edad del encuestado

1. 18-35
2. 36-44
3. 45-54
4. 55-60
5. 61-74

2. Género

- Masculino
- Femenino

CUESTIONARIO ESTRUCTURADO
Grado de satisfacción de los usuarios atendidos en
la botica Inkafarma – Chimbote 18

| | | | | |
|---------------------|---------------------|------------|----------------|--------------------------|
| Nada satisfecho = 1 | Poco satisfecho = 2 | Neutral =3 | Satisfecho = 4 | Totalmente satisfecho =5 |
|---------------------|---------------------|------------|----------------|--------------------------|

| PREGUNTAS | | ESCALA VALORATIVA | | | | |
|-------------------------------|--|-------------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Fiabilidad | | | | | | |
| 1 | ¿La atención brindada se realizó dentro del horario establecido por el Centro de Salud? | | | | | |
| 2 | ¿El establecimiento de farmacia cuenta con los medicamentos que le indicó el medico? | | | | | |
| 3 | ¿La atención brindada se realizó de acuerdo al orden de llegada? | | | | | |
| Capacidad de respuesta | | | | | | |
| 4 | ¿La atención brindada en el área de farmacia fue rápida? | | | | | |
| 5 | ¿El tiempo de espera para ser atendido por el Químico fue corto? | | | | | |
| 6 | ¿El tiempo de entrega de los medicamentos fue rápido? | | | | | |
| Seguridad | | | | | | |
| 7 | ¿El personal logra resolver su duda, inquietud o problema referido a lo indicado en la receta? | | | | | |
| 8 | ¿El personal que le atendió en la farmacia le brindo el tiempo suficiente para despejar sus dudas? | | | | | |
| 9 | ¿El Farmacéutico que le atendió le brindo la confianza y la seguridad ante las respuestas claras? | | | | | |
| Confiabilidad | | | | | | |
| 10 | ¿Considera usted que los medicamentos se encuentran en buen estado? | | | | | |
| 11 | ¿Usted cree que la farmacia cuenta con la disponibilidad de todos los medicamentos? | | | | | |
| 12 | ¿Considera usted que la farmacia se encuentra en un ambiente adecuado? | | | | | |
| Empatía | | | | | | |
| 13 | ¿El farmacéutico que le atendió lo trato con respeto, paciencia y amabilidad? | | | | | |
| 14 | ¿Usted entiendo la explicación que le dio el Farmacéutico? | | | | | |
| 15 | ¿El servicio que le brindaron en la Farmacia estuvo dentro de sus expectativas? | | | | | |

Anexo 03. Formato de consentimiento informado

TÍTULO DEL ESTUDIO

**NIVEL DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS ATENDIDOS EN LA BOTICA
INKAFARMA - CHIMBOTE 18, NUEVO CHIMBOTE, AGOSTO –
SEPTIEMBRE, 2024.**


INVESTIGADOR RESPONSABLE: Luna Enriquez, Nicolas Martin

Le invito a participar en un programa de investigación para estudiar el nivel de satisfacción de usuarios que acuden a la botica INKAFARMA - Chimbote 18. Si Ud. decide participar, llena remos un formulario con la información y sus respuestas a las preguntas que le voy a hacer. Los datos que se obtengan serán analizados juntamente con los de los demás, sin dar a conocer su identidad en ningún caso. Si acepta Ud. Participar, firme esta hoja y ponga la fecha de hoy.

NOMBRE, DNI Y FIRMA DEL PACIENTE

FECHA: ____ de _____ del 2024

Anexo 04. Permiso para recolección de datos y evidencias.



Chimbote, 29 de septiembre del 2024

CARTA N° 0000001781-2024-CGL-VI-ULADECH CATÓLICA

Señor/a:

ZOLA MERCEDES NEYRA LOPEZ
FARMACIA INKAFARMA CH 18


Presente.

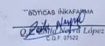
A través del presente reciba el cordial saludo a nombre del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, asimismo solicito su autorización formal para llevar a cabo una investigación titulada NIVEL DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS ATENDIDOS EN LA FARMACIA INKAFARMA - CHIMBOTE 18, NUEVO CHIMBOTE, AGOSTO - SEPTIEMBRE, 2024, que involucra la recolección de información/datos en USUARIOS QUE ACUDEN A LA BOTICA, a cargo de NICOLAS MARTIN LUNA ENRIQUEZ, perteneciente a la Escuela Profesional de la Carrera Profesional de FARMACIA Y BIOQUÍMICA, con DNI N° 71401283, durante el periodo de 05-08-2024 al 07-09-2024.

La investigación se llevará a cabo siguiendo altos estándares éticos y de confidencialidad y todos los datos recopilados serán utilizados únicamente para los fines de la investigación.

Es propicia la oportunidad para reiterarle las muestras de mi especial consideración.

Atentamente.


Dr. YLLO VELAZQUEZ CASTILLO
Coordinador de Gestión de Investigación


FARMACIA INKAFARMA
ZOLA MERCEDES NEYRA LOPEZ
CHIMBOTE

www.uladec.edu.pe | email: cooperacion@uladec.edu.pe
Tel: (043) 343484 | Cel: 949560463
P. Tambo N° 211 - Centro Comercial y Financiero - Chimbote, Peru

Anexo 02. Instrumento de recolección de información

NIVEL DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS ATENDIDOS EN LA BOTICA INKAFARMA - CHIMBOTE 18, NUEVO CHIMBOTE, AGOSTO - SEPTIEMBRE, 2024.

Fecha: / /

Estimado usuario (a), el objetivo de la presente encuesta, consiste en conocer su opinión acerca del grado de satisfacción que Ud. ha percibido después de la atención al Servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa. Por esta razón le agradecemos su gentil participación.

Encuestas demográficas

1. Edad del encuestado

1. 18-35

2. 36-44

3. 45-54

4. 55-60

5. 61-74

2. Género

Masculino

Femenino

CUESTIONARIO ESTRUCTURADO
Grado de satisfacción de los usuarios atendidos en la botica Inkafarma - Chimbote 3

| Insatisfactorio = 1 | Medianamente insatisfactorio = 2 | Indiferente = 3 | Medianamente satisfactorio = 4 | Satisfactorio = 5 |
|---------------------|----------------------------------|-----------------|--------------------------------|-------------------|
|---------------------|----------------------------------|-----------------|--------------------------------|-------------------|

| PREGUNTAS | ESCALA VALORATIVA | | | | |
|--|-------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Fiabilidad | | | | | |
| 1 ¿La atención brindada se realizó dentro del horario establecido por el Centro de Salud? | | | X | | |
| 2 ¿El establecimiento de farmacia cuenta con los medicamentos que le indicó el médico? | | | X | | |
| 3 ¿La atención brindada se realizó de acuerdo al orden de llegada? | | | X | | |
| Capacidad de respuesta | | | | | |
| 4 ¿La atención brindada en el área de farmacia fue rápida? | | | X | | |
| 5 ¿El tiempo de espera para ser atendido por el Químico fue corto? | | | X | | |
| 6 ¿El tiempo de entrega de los medicamentos fue rápido? | | | X | | |
| Seguridad | | | | | |
| 7 ¿El personal logra resolver su duda, inquietud o problema referido a lo indicado en la receta? | | | X | | |
| 8 ¿El personal que le atendió en la farmacia le brindó el tiempo suficiente para despejar sus dudas? | | | X | | |
| 9 ¿El Farmacéutico que le atendió le brindó la confianza y la seguridad ante las respuestas claras? | | | X | | |
| Confiabilidad | | | | | |
| 10 ¿Considera usted que los medicamentos se encuentran en buen estado? | | | X | | |
| 11 ¿Usted cree que la farmacia cuenta con la disponibilidad de todos los medicamentos? | | | X | | |
| 12 ¿Considera usted que la farmacia se encuentra en un ambiente adecuado? | | | X | | |
| Empatía | | | | | |
| 13 ¿El farmacéutico que le atendió lo trato con respeto, paciencia y amabilidad? | | | X | | |
| 14 ¿Usted entiendo la explicación que le dio el Farmacéutico? | | | X | | |
| 15 ¿El servicio que le brindaron en la Farmacia estuvo dentro de sus expectativas? | | | X | | |

Anexo 05. Base de datos.

| DATOS PERSONALES | | | FIABILIDAD | | | CAPACIDAD DE RESPUESTA | | | SEGURIDAD | | | CONFIABILIDAD | | | EMPATIA | | |
|-------------------|------|--------|------------|------------|------------|------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Nº DE ENCUESTADOS | EDAD | GENERO | PREGUNTA 1 | PREGUNTA 2 | PREGUNTA 3 | PREGUNTA 4 | PREGUNTA 5 | PREGUNTA 6 | PREGUNTA 7 | PREGUNTA 8 | PREGUNTA 9 | PREGUNTA 10 | PREGUNTA 11 | PREGUNTA 12 | PREGUNTA 13 | PREGUNTA 14 | PREGUNTA 15 |
| 1 | 2 | F | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2 | 2 | F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 1 | F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 2 | M | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 2 | F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 6 | 2 | F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 7 | 1 | F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 8 | 2 | M | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 9 | 1 | M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 10 | 2 | F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 11 | 2 | M | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 12 | 3 | M | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 13 | 1 | M | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 14 | 2 | M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 15 | 2 | F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 16 | 2 | F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 17 | 2 | M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 18 | 2 | F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 19 | 2 | F | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 20 | 2 | F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 21 | 2 | F | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 22 | 1 | M | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 23 | 2 | M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 24 | 2 | F | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 25 | 2 | F | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 26 | 2 | F | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 27 | 2 | F | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 28 | 1 | M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 29 | 3 | F | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 30 | 1 | M | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 31 | 2 | F | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 32 | 2 | M | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 33 | 2 | M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 34 | 2 | F | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 |
| 35 | 2 | M | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 36 | 2 | F | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 37 | 2 | F | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 38 | 2 | F | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 39 | 1 | M | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 40 | 2 | M | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |

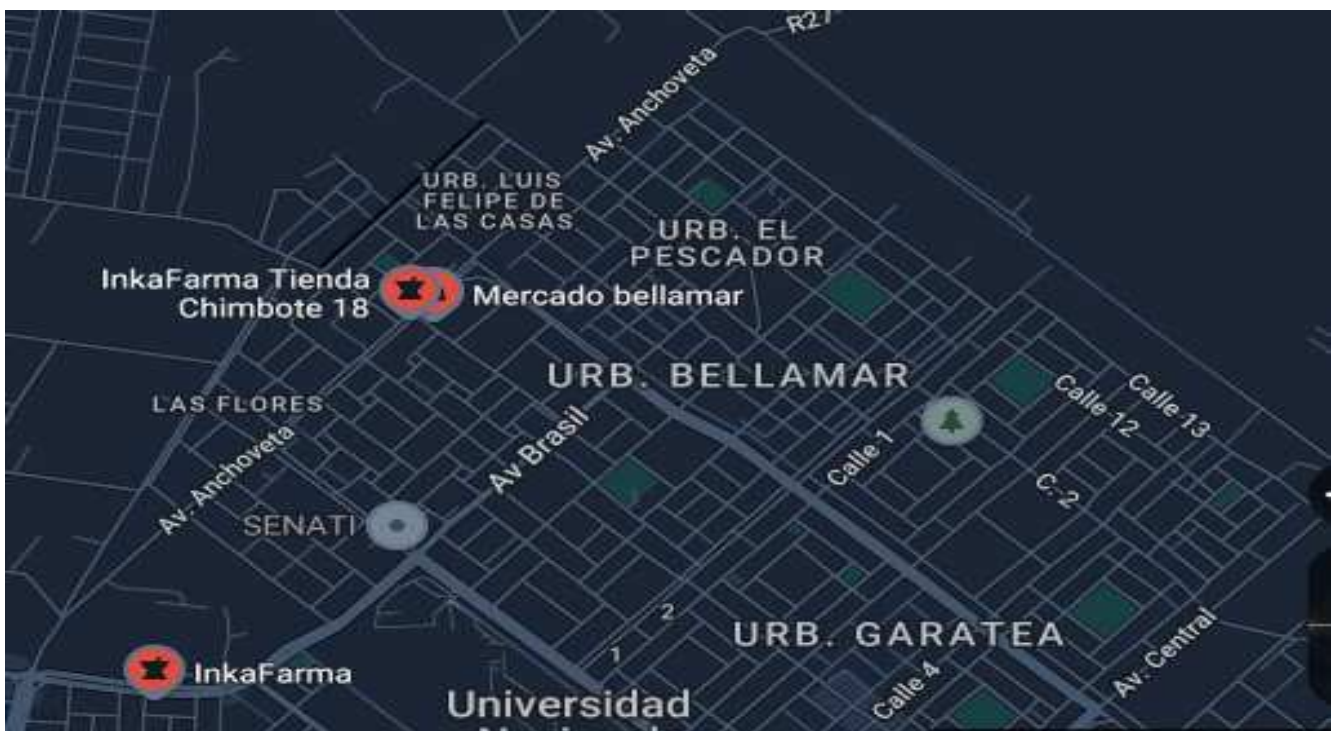
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 41 | 1 | F | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 42 | 1 | F | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 43 | 2 | F | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 2 | 5 |
| 44 | 2 | M | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 45 | 2 | M | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 |
| 46 | 3 | M | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 47 | 3 | M | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 48 | 2 | M | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 |
| 49 | 2 | F | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| 50 | 2 | F | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 51 | 1 | M | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 52 | 2 | F | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 53 | 2 | F | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 |
| 54 | 2 | F | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 55 | 1 | M | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 56 | 1 | M | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 57 | 1 | M | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 58 | 1 | F | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 59 | 2 | F | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 60 | 2 | F | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 61 | 1 | M | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 62 | 1 | F | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 63 | 1 | M | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 64 | 1 | M | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 65 | 1 | M | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 |
| 66 | 1 | M | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 67 | 1 | M | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 68 | 1 | M | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 69 | 2 | F | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 70 | 2 | F | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 71 | 2 | F | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 72 | 2 | F | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 73 | 2 | M | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 74 | 3 | M | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 75 | 2 | M | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 76 | 1 | F | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 77 | 2 | M | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 78 | 1 | M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 79 | 1 | F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 80 | 2 | F | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 81 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 82 | 1 F | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 83 | 1 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 84 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 85 | 3 F | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 86 | 3 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 87 | 2 M | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 88 | 1 M | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 89 | 2 F | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 90 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 91 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 92 | 2 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 93 | 1 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 94 | 1 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 95 | 1 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 96 | 1 M | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 97 | 3 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 98 | 2 F | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 99 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 100 | 1 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 101 | 3 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 102 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 103 | 2 M | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 104 | 2 M | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 105 | 1 M | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 106 | 2 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 107 | 3 M | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 108 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 109 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 110 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 111 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 112 | 1 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 113 | 2 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 114 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 115 | 4 M | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 116 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 117 | 3 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 118 | 1 F | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 119 | 2 M | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 120 | 3 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 121 | 2 M | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 122 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 123 | 3 M | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 124 | 2 M | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 125 | 2 M | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 126 | 3 M | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 127 | 2 M | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 128 | 1 F | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 129 | 2 F | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 130 | 1 F | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 131 | 3 M | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 132 | 1 M | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 133 | 3 M | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 134 | 2 F | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 135 | 3 M | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 136 | 2 M | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 137 | 1 F | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 138 | 1 M | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 139 | 2 M | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 140 | 1 F | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 141 | 2 F | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 142 | 2 F | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 143 | 1 F | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 144 | 3 M | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 145 | 3 M | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 146 | 2 M | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 147 | 2 M | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 148 | 1 M | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 149 | 2 F | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 150 | 2 M | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 151 | 1 F | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 152 | 1 M | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 153 | 2 F | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 154 | 2 M | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 155 | 1 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 156 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 157 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 158 | 3 M | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 159 | 2 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 160 | 1 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 161 | 1 F | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 162 | 2 F | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | |
| 163 | 1 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 164 | 1 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 165 | 1 F | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 166 | 2 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 167 | 2 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 168 | 2 M | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 169 | 3 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 170 | 3 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 171 | 2 M | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 172 | 3 M | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 173 | 3 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 174 | 3 F | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 175 | 2 M | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 176 | 2 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 177 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | |
| 178 | 1 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | |
| 179 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | |
| 180 | 2 M | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | |
| 181 | 3 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 182 | 2 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | |
| 183 | 1 M | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | |
| 184 | 2 F | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 185 | 2 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | |
| 186 | 2 F | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 187 | 2 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 188 | 3 F | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | |
| 189 | 3 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | |
| 190 | 3 M | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | |
| 191 | 3 F | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | |
| 192 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | |
| 193 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 194 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 195 | 4 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | |
| 196 | 3 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 197 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | |
| 198 | 3 M | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | |
| 199 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | |
| 200 | 2 F | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |

Anexo 06. Establecimiento Farmaceutico y ubicación.



| EDAD DE LOS USUARIOS | |
|----------------------|-----|
| 18 - 35 | 55 |
| 36 - 44 | 111 |
| 45 - 54 | 32 |
| 55 - 60 | 2 |
| 61 - 74 | 0 |