

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

ESCUELA DE POSGRADO

Unidad de Posgrado de Gestión Empresarial



Calidad del servicio en el área de farmacia ambulatoria: Una perspectiva desde la percepción del usuario en instituciones privadas del Perú

Tesis para obtener el Grado Académico de Maestro(a) en Administración de Negocios con Mención en Gestión Empresarial

Autor:

Juan Manuel Alcantara Ventura
Amy Liv Sucasaire Huallanca
Lisbet Daysi Cabrera Ccana

Asesor:

Mg. Esteban Tocto Cano

Lima, agosto del 2023

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo Esteban Tocto Cano, docente de la Unidad de Posgrado de Ciencias Empresariales, Escuela de Posgrado de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“Calidad del servicio en el área de farmacia ambulatoria: Una perspectiva desde la percepción del usuario en instituciones privadas del Perú”** de los autores Juan Manuel Alcantara Ventura, Amy Liv Sucasaire Huallanca, Lisbet Daysi Cabrera Ccana tiene un índice de similitud de 14 % verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 05.. días del mes de Agosto.. del año 2023.



Mg. Esteban Tocto Cano

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE MAESTRO

En Lima, Ñaña, Villa Unión, el 31 día del mes de agosto del año 2023, siendo las 07:30 horas se reunieron en la sala virtual <https://adventistas.zoom.us/j/89736750454> de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del Señor presidente del Jurado: Dr. Edwin Octavio Cisneros Gonzales y los demás miembros siguientes:

Secretaria:	Mg. Dany Yudet Millones Liza
Asesor:	Mg. Esteban Tocto Cano
Vocal:	Mg. Gladys Toyohama Pocco
Vocal:	Mg. Miluska Villar Guevara

Con el propósito de llevar a cabo el acto público de la sustentación de tesis de posgrado titulada: "Calidad de servicio en el área de farmacia ambulatoria: Una perspectiva desde la percepción del usuario en Instituciones Privadas del Perú" de los egresados: Amy Liv Sucasaire Huallanca, Juan Manuel Alcántara Ventura y de Lisbet Daysi Cabrera Ccana, conducentes a la obtención del Grado Académico de Maestro en Administración de Negocios con mención en Gestión Empresarial.

El presidente del Jurado dio por iniciado el acto académico, invitando a los candidatos a hacer uso del tiempo señalado para su exposición (30"). Concluida la misma, el presidente del Jurado invitó a los demás miembros a realizar las preguntas, cuestionamientos y aclaraciones pertinentes que fueron absueltas por los candidatos, el acto fue seguido de un receso de quince minutos para las deliberaciones y el dictamen de Jurado. Vencido el tiempo de las deliberaciones, el Jurado procedió a dejar constancia escrita del resultado en la presente acta, con dictamen siguiente:

APROBADO por UNANIMIDAD calificación: APROBADO CON ESCALA VIGESIMAL 16 ESCALA CUALITATIVA CON NOMINACIÓN DE BUENO, CON MÉRITO MUY BUENO.

El presidente del Jurado hizo alusión a los maestrandos y solicitó a la secretaria la lectura correspondiente para poner en su conocimiento el resultado, terminado el mismo y sin objeción alguna, el presidente del jurado dio por concluido el acto, en fe de lo cual firman al pie.



Presidente

Secretaria

Candidato

Candidato

Vocal

Vocal

Calidad del servicio en el área de farmacia ambulatoria: Una perspectiva desde la percepción del usuario en instituciones privadas del Perú

Juan Manuel Alcántara Ventura¹, Amy Liv Sucasaire Huallanca², Lisbet Daysi Cabrera Ccana³, Tocto-Cano, Esteban⁴

¹²³⁴ UPG Ciencias Empresariales, Escuela de Posgrado, Universidad Peruana Unión, Lima 15464, Perú

Resumen

El objetivo de este estudio es analizar las percepciones de los usuarios de las farmacias ambulatorias en tres clínicas privadas en Perú sobre la calidad del servicio que reciben. El estudio encuestó a 617 participantes utilizando una metodología cuantitativa, transversal y descriptiva con un enfoque no experimental basado en el modelo SERVQUAL. Los resultados del estudio mostraron que el 82.46% de los usuarios perciben la atención como alta. No se encontraron diferencias significativas en la percepción de la calidad de atención entre los géneros; sin embargo, se encontraron diferencias significativas en la percepción de la calidad de atención en función de la ubicación geográfica. Se notaron diferencias notables en la percepción de la confiabilidad y los elementos intangibles de la calidad de atención entre los usuarios de las diferentes ubicaciones. El estudio concluye que, aunque la calidad de la atención generalmente es alta, hay diferencias en cómo las personas ven ciertos aspectos de la calidad del servicio en diferentes lugares. Esto significa que las organizaciones de atención de salud en el área de farmacia pueden tener que cambiar su enfoque para mejorar ciertos aspectos de la calidad del servicio en función de la ubicación geográfica. Este estudio es relevante porque enfatiza la importancia de tener en cuenta las diferencias geográficas al evaluar y mejorar la calidad de los servicios de salud en las farmacias ambulatorias en Perú. Al identificar las diferencias en la percepción de la calidad del servicio por parte de los usuarios de la costa, sierra y selva del Perú, proporciona dimensiones de calidad de servicio mejor aplicadas en estas instituciones, como dimensiones que requieren fortalecimiento en la atención sanitaria.

Palabras clave: Calidad del servicio, farmacias ambulatorias, percepción del usuario

Introducción

La evolución de la calidad de servicio en farmacias ha sido un fenómeno dinámico que refleja cambios en las expectativas de los clientes y las demandas del sector de la salud (López-Noguera et al., 2022). Autores como Grönroos (1994) y Parasuraman et al. (1988) han sentado las bases teóricas para comprender la calidad de servicio, mientras que estudios más recientes de Bitner et al. (2000) han explorado cómo esta dinámica se aplica específicamente al entorno farmacéutico. En tal sentido, las instituciones de salud deben comprometerse a una mejora continua de la calidad del servicio para mantener satisfechos a sus usuarios, brindándoles además seguridad, al respecto Akbar et al. (2020) afirman que la calidad del servicio afecta en gran medida la satisfacción general y la lealtad de los usuarios; es así como los pacientes satisfechos son el resultado de una experiencia positiva de calidad del servicio; para sustentar esta idea, Jakobsen et al. (2023) establecen que la calidad del servicio en las farmacias es compleja, representando esta característica un desafío definirla y medirla; si bien la calidad de servicio es entendida como la percepción de la atención que se brinda a los individuos Sakawati et al. (2021), algunos estudios sugieren que es importante identificar además los determinantes que involucra esta variable de estudio (Rojas-Martínez et al., 2020).

Por otro lado, Rodríguez et al. (2023) la conciben como un proceso mediante el cual se reflejan los diferentes elementos que intervienen en el servicio en forma de imágenes concretas, manifestadas a través de juicios del consumidor, quien no solo valora la calidad de un servicio por su producto final, sino que también tiene en cuenta el proceso de recepción del servicio (interés, simpatía, trato amistoso, etc.); al respecto, Devoto (2019) y Duque (2005) dan énfasis a la calidad de servicio como un comportamiento muy importante por lo que nunca se debe olvidar que el servicio es prestado a un usuario, quien resulta ser la razón esencial de la existencia del servicio, ya que su perspectiva puede determinar cuán bueno o deficiente ha sido el servicio recibido.

En este artículo, examinaremos la evolución de la calidad de servicio en farmacias a lo largo del tiempo, destacando las tendencias emergentes y los desafíos actuales que enfrenta este sector vital.

La calidad de servicio abarca diversas perspectivas. Según Parasuraman et al. (1988), la calidad de servicio se percibe a través de la brecha entre las expectativas del cliente y su percepción real del servicio recibido. Además, Grönroos (1994) propuso el modelo de calidad técnica y calidad funcional, destacando la importancia tanto de los resultados del servicio como de la forma en que se brinda.

En el contexto de las dimensiones de calidad, el modelo SERVQUAL de Parasuraman et al. (1988) identifica tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía como elementos fundamentales que influyen en la evaluación del servicio.

Es relevante considerar la teoría de la satisfacción del cliente de Oliver (1980), que sugiere que la calidad percibida afecta directamente la satisfacción del cliente. Asimismo, la lealtad del cliente, según la teoría del comportamiento del consumidor, está influenciada por la satisfacción y la calidad percibida (Oliver, 1980).

La calidad de servicio enfrenta diversas tendencias emergentes y desafíos actuales que requieren una atención especial en la investigación. La digitalización y la tecnología, por ejemplo, están transformando la forma en que se proporciona y percibe el servicio. Autores como Zeithaml et al. (2002) han destacado la importancia de comprender cómo las tecnologías emergentes afectan la calidad de servicio y cómo las organizaciones pueden adaptarse para mantener altos niveles de satisfacción del cliente.

La globalización también influye en la calidad de servicio, ya que las empresas operan en entornos culturales diversos. Autores como (Grönroos, 1994) han abordado la necesidad de adaptar estrategias de servicio para abordar las diferencias culturales y las expectativas de los clientes en mercados internacionales.

La participación activa de los clientes a través de las redes sociales y otras plataformas en línea ha cambiado la dinámica de la retroalimentación y la percepción de la calidad de servicio (Kumar et al., 2012). Este fenómeno destaca la importancia de gestionar la reputación en línea y responder de manera efectiva a los comentarios de los clientes.

Los desafíos contemporáneos incluyen la gestión de la experiencia del cliente de extremo a extremo, donde autores como Berry & Carbone (2007) abogan por la creación de experiencias memorables y emocionales como parte integral de

la calidad de servicio. Asimismo, la sostenibilidad también ha emergido como un factor crítico, con autores como Bowen et al. (2017) explorando cómo las prácticas sostenibles impactan la percepción de la calidad de servicio y la lealtad del cliente.

Dado los diversos estudios a lo largo de estas últimas décadas, es que la calidad de servicio percibido es considerada como una variable importante en las empresas (Silva-Treviño et al., 2021). Respecto a ello, algunos autores han aportado sus reflexiones y estudios acerca de la calidad, convirtiéndolo en un concepto de diversas dimensiones y, en consecuencia, múltiples acepciones; además, Avila (2021) indica que cada una de estas acepciones simboliza un aspecto diferente que incorpora elementos tan diversos como lo son la perfección, excepción, ajuste a los propósitos declarados, valor asociado a la relación calidad vs precio y capacidad transformadora.

Para profundizar un poco más este estudio, Monroy & Urcádiz, (2018) refieren que la calidad de servicio va más allá de la adquisición de un bien, implica además una experiencia positiva al usuario, siendo este un determinante que daría inicio a la mejora organizacional y a un futuro empresarial direccionado a sacar la máxima ventaja de las capacidades de los trabajadores. dada la importancia del tema, surge el modelo SERVQUAL creado por Parasuraman et al. (1988) quienes en su modelo plantearon medir la calidad del servicio por medio de un cuestionario originalmente compuesto por 22 ítems, dicho cuestionario mide la comparación de las expectativas o deseos del consumidor frente a un proveedor y sus percepciones con respecto al servicio recibido. Parasuraman et al. (1988) afirman que cuando las expectativas son superadas por las percepciones del paciente durante el transcurso de la atención, la prestación del servicio se considera excelente; por el contrario, cuando no se cumplen las expectativas, el servicio se considera deficiente y cuando las expectativas del usuario se cumplen, el servicio se considera satisfactorio.

Otro modelo, Cronin & Taylor (1992) proponen el modelo SERVPERF el cual evalúa la calidad del servicio exclusivamente desde la percepción de los clientes, se compone de los mismos ítems y dimensiones que utiliza el Servqual. En este marco y dentro del campo empresarial, Mosquera-González et al., (2019) indican que la calidad de servicio está marcada por la alta competitividad, por lo que es necesario aplicar procesos constantes de análisis y valoración de la calidad de los servicios que son entregados por parte de las instituciones hacia los distintos usuarios. De este modo, la percepción del servicio se hace más evidente, puesto que los usuarios están más informados y son más exigentes, Ramos et al. (2020); bajo este contexto, la percepción de la calidad de servicio se convierte en un factor crucial para el éxito y supervivencia empresarial, más aún si se trata de un entorno que se encuentra en constante evolución Ariffin et al., (2018). Mas

en el campo de la salud la calidad del servicio se enfoca en la seguridad del paciente.

En el rubro farmacéutico, las farmacias buscan la prestación de servicios de atención al paciente, así como la gestión de medicamentos para satisfacer sus necesidades Doucette et al. (2023). Tomando en cuenta que las investigaciones enfocadas en las farmacias ambulatorias, Badajoz et al. (2023) afirman que es meritorio que se otorgue una buena calidad de servicio; asimismo, es importante referir que todo indicador de calidad forma parte de aquellas herramientas claves que determinan un correcto desempeño, expresado en la mejora de resultados en la atención (Jakobsen et al., 2023). Dadas las afirmaciones anteriores, Wesevich et al. (2022) establecen que la experiencia del paciente es fundamental para diseñar e implementar modelos de atención que comprendan las necesidades y deseos de los pacientes.

Los antecedentes referidos es una muestra de la existencia de estudios que abordan esta variable denominada calidad de servicio, que si bien, se conoce que su aplicabilidad ha sido en entornos de relación directa con el paciente; son pocos los estudios que toman el modelo SERVQUAL o su adaptación para determinar el nivel de calidad de servicio que se otorga en el área de farmacia de las clínicas; para cerrar esta brecha de investigación se plantea la pregunta ¿cuál es la percepción de la atención farmacéutica en las clínicas, de una red médica ubicada en la costa, sierra y selva del Perú?.

Método

El tipo de investigación es no experimental debido a la inexistencia de manipulación de las variables (Muñoz, 2015); tiene un enfoque cuantitativo, pues está basado en la recopilación de datos numéricos y secuenciales con tratamiento estadístico mediante un software que permite la codificación numérica (Del Río, 2013); de corte transversal por su temporalidad en un solo momento y descriptivo debido a que su finalidad es describir la situación actual del nivel de calidad del servicio en el área de farmacia ambulatoria desde una perspectiva de la percepción del usuario en instituciones privadas del Perú. Para aplicar la técnica de recopilación de datos, se dio uso al modelo SERVQUAL, constituido por 05 dimensiones, obteniendo la participación total de 617 personas, seleccionadas por medio de un estudio no probabilístico a conveniencia del investigador.

Se tomó el instrumento validado por Chujandama et al. (2020) el mismo que cuenta con 22 ítems, valorada según escala de Likert del 1 al 7; sin embargo, para la aplicación de este estudio, se tomó en cuenta la valoración en escala de Likert del 1 al 5, esto considerando que el autor Dawes (2008) quien establece que no existe diferencia entre la aplicación de una encuesta en escala de Likert

con puntuación en la valoración del 1 al 5 ó del 1 al 7, pues en ambos casos se producen la misma puntuación de media entre sí, y los valores de asimetría o curtosis no es alterada; bajo este contexto, se aplicó este estudio en una escala del 1-5

Resultados

Luego de aplicar el cuestionario a la población de estudio, en la parte descriptiva de los datos se observa una participación mayor del género femenino (61.4%), que el masculino (38.6%), resaltando que la mayor parte se ubica en los rangos de edad de 26 a 36 años con el 38.6% y de 37 a 47 años el 26.5%, por el contrario, el rango menor corresponde a los mayores de 60 años con sólo un 5.2%. Respecto a la ubicación geográfica, considerando que se trata de una red médica posicionada en la región costa, sierra y selva del Perú, se encontró que la percepción de los encuestados que pertenecen a la sede de la Costa (34.1%) son los más representativos, pero con muy poco margen respecto a la sede ubicada en la sierra del Perú (33.3%) y la región selva (32.6%). En relación con el tipo de seguro, los usuarios que no están afiliados a algún seguro son los más representativos (54.4%) y los afiliados al seguro Pacífico EPS representan la minoría de la muestra con el 10.2%. En lo que respecta al tipo de usuario, los usuarios frecuentes son los más representativos (56.5%) que los usuarios nuevos (43.5%). Por último, en relación con la condición, el tipo usuario representa la mayoría con el 73.7%, tal como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1

Información sociodemográfica

Información demográfica	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Sexo		
Femenino	378	61.4
Masculino	238	38.6
Edad		
18 a 25 años	80	13.0
26 a 36 años	238	38.6
37 a 47 años	163	26.5
48 a 59 años	103	16.7
Mas de 60 años	32	5.2
Ubicación geográfica		
Sierra	205	33.3

Selva	201	32.6
Costa	210	34.1
Tipo de seguro		
Pacífico EPS	63	10.2
Rimac EPS	110	17.9
otra EPS	108	17.5
No estoy afiliado(a) a ningún seguro	335	54.4
Tipo de usuario		
Frecuente	348	56.5
Nuevo	268	43.5
Condición del usuario		
Acompañante	162	26.3
Usuario	454	73.7

Tomando en cuenta que todo procesamiento estadístico requiere tener la validez de los constructos, se realizó el proceso respectivo para obtener la valoración según el alfa de Cronbach, encontrando indicadores que conllevan a afirmar la existencia de consistencia interna en el conjunto de los ítems, tal como se evidencia en la tabla 2.

Tabla 2

Fiabilidad del instrumento

Calidad de la atención del usuario	Alfa de Cronbach
Fiabilidad	0.864
Sensibilidad	0.812
Seguridad	0.831
Empatía	0.924
Elementos tangibles	0.865

Además, este estudio estableció también la relación entre las dimensiones de la variable calidad de servicio, encontrando que según la percepción de los encuestados, los niveles de fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles son altos, constituyendo para fiabilidad el 81,3% del total de respuestas; para sensibilidad el 78,4%; para seguridad, el 85,6%; para empatía, el 85,7% y para elementos tangibles 81,3%, tal como se muestra en la tabla 3.

Tabla 3

Relación entre las dimensiones de la calidad de la atención del usuario y el género.

Dimensiones		Masculino		Femenino		Total	
		Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%
Fiabilidad	Bajo	5	0.8	5	0.8	10	1.6
	Medio	40	6.5	65	10.6	105	17.0
	Alto	193	31.3	308	50.0	501	81.3
	Total	238	38.6	581	61.4	616	100.0
Sensibilidad	Bajo	3	0.5	8	1.3	11	1.8
	Medio	49	8.0	73	11.9	122	19.8
	Alto	186	30.2	297	48.2	483	78.4
	Total	238	38.6	378	61.4	616	100.0
Seguridad	Bajo	3	0.5	5	0.8	8	1.3
	Medio	34	5.5	47	7.6	81	13.1
	Alto	201	32.6	326	52.9	527	85.6
	Total	238	38.6	378	61.4	616	100.0
Empatía	Bajo	4	0.6	5	0.8	9	1.5
	Medio	33	5.4	46	7.5	79	12.8
	Alto	201	32.6	327	53.1	528	85.7
	Total	238	38.6	378	61.4	616	100.0
Elementos tangibles	Bajo	6	1.0	6	1.0	12	1.9
	Medio	37	6.0	66	10.7	103	16.7
	Alto	195	31.7	306	49.7	501	81.3
	Total	238	38.6	378	61.4	616	100.0

Además, la tabla 4 presenta la distribución de respuestas de las dimensiones que corresponden al SERVQUAL, todas ellas establecidas según costa, sierra y selva, encontrando que según las perspectivas de los participantes de estudio los niveles de calidad de servicio en las instituciones están en nivel alto; para el caso de la sierra, de las 205 respuestas el 27,1% considera un nivel alto de fiabilidad; para la selva, de las 201 respuestas, el 26,5% opinan lo mismo, al igual que de la costa, de las 210 respuestas, el 27,8% considera el mismo nivel alto de fiabilidad, presentando el mismo comportamiento en las demás dimensiones de estudio que constituyen el modelo referido, así se muestra en la tabla 4.

Tabla 4

Relación entre las dimensiones de la calidad de la atención del usuario y la ubicación geográfica.

Dimensiones		Sierra		Selva		Costa		Total	
		n	%	n	%	n	%	n	%
Fiabilidad	Bajo	3	0.5	3	0.5	4	0.6	10	1.6
	Medio	35	5.7	35	5.7	35	5.7	105	17.0
	Alto	167	27.1	163	26.5	171	27.8	501	81.3
	Total	205	33.3	201	32.6	210	34.1	616	100.0
Sensibilidad	Bajo	2	0.3	5	0.8	4	0.6	11	1.8
	Medio	37	6.0	31	5.0	54	8.8	122	19.8

	Alto	166	26.9	165	26.8	152	24.7	483	78.4
	Total	205	33.3	201	32.6	210	34.1	616	100.0
Seguridad	Bajo	2	0.3	2	0.3	4	0.6	8	1.3
	Medio	25	4.1	29	4.7	27	4.4	81	13.1
	Alto	178	28.9	170	27.6	179	29.1	527	85.6
	Total	205	33.3	201	32.6	210	34.1	616	100.0
Empatía	Bajo	2	0.3	2	0.3	5	0.8	9	1.5
	Medio	24	3.9	22	3.6	33	5.4	79	12.8
	Alto	179	29.1	177	28.7	172	27.9	528	85.7
	Total	205	33.3	201	32.6	210	34.1	616	100.0
Elementos tangibles	Bajo	3	0.5	2	0.3	7	1.1	12	1.9
	Medio	23	3.7	29	4.7	51	8.3	103	16.7
	Alto	179	29.1	170	27.6	152	24.7	501	81.3
	Total	205	33.3	201	32.6	210	34.1	616	100.0

Para cumplir con el objetivo de investigación que consiste en analizar la relación entre las dimensiones y los aspectos sociodemográficos, se ha usado el análisis de la varianza (ANOVA), esto con el objetivo de medir el grado de variación de los promedios de valor percibido para poder determinar si existe relación entre cada dimensión y el usuario. Al respecto, se puede concluir que la variación es significativa, o existe relación, cuando el valor de significancia está muy cerca de cero (menor a 0.10). Bajo estas condiciones, se destaca los resultados de la tabla 5 donde se observan valores de significancia muy alta de 0.719, 0.634, 0.715 y 0.431, lo cual indica que no existen diferencias significativas entre las medias de puntaje de la fiabilidad, sensibilidad, seguridad y elementos intangibles; y el género. Esto significa que no hay relación entre el género y la fiabilidad, sensibilidad, seguridad y elementos intangibles. Para el caso de la dimensión empatía, a pesar de que su nivel de significancia es bajo (0.095), aún está por encima del 0.05, por lo cual no podemos afirmar que hay una relación con el género.

Tabla 5

ANOVA para el género

Dimensiones		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Fiabilidad	Entre grupos por género	1.462	1	1.462	0.130	0.719
	Dentro de grupos por género	6928.822	614	11.285		
	Total	6930.284	615			
Sensibilidad	Entre grupos por género	1.718	1	1.718	0.227	0.634
	Dentro de grupos por género	4656.267	614	7.583		
	Total	4657.985	615			
Seguridad	Entre grupos por género	0.881	1	0.881	0.133	0.715
	Dentro de grupos por género	4058.533	614	6.610		

	Total	4059.414	615			
Empatía	Entre grupos por género	29.991	1	29.991	2.794	0.095
	Dentro de grupos por género	6589.594	614	10.732		
	Total	6619.584	615			
Elementos tangibles	Entre grupos por género	4.817	1	4.817	0.622	0.431
	Dentro de grupos por género	4752.623	614	7.740		
	Total	4757.440	615			

En la tabla 6 se observa que existe un valor muy bajo del nivel de significancia estadístico de 0.022 y 0.006, mostrando que existen diferencias significativas entre la ubicación geográfica y las dimensiones fiabilidad y elementos intangibles; es decir, existe una relación entre la ubicación geográfica y las dimensiones indicadas. Sin embargo, para el caso de la dimensión seguridad, a pesar de que su nivel de significancia es bajo (0.057), aún está por encima del 0.05, por lo cual no podemos afirmar que hay una relación con la ubicación geográfica.

Tabla 6

ANOVA para la ubicación geográfica

Dimensiones		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Fiabilidad	Entre grupos por ubicación	86.030	2	43.015	3.853	0.022
	Dentro de grupos por ubicación	6844.255	613	11.165		
	Total	6930.284	615			
Sensibilidad	Entre grupos por ubicación	12.575	2	6.287	0.830	0.437
	Dentro de grupos por ubicación	4645.411	613	7.578		
	Total	4657.985	615			
Seguridad	Entre grupos por ubicación	37.680	2	18.840	2.872	0.057
	Dentro de grupos por ubicación	4021.734	613	6.561		
	Total	4059.414	615			
Empatía	Entre grupos por ubicación	2.855	2	1.428	0.132	0.876
	Dentro de grupos por ubicación	6616.729	613	10.794		
	Total	6619.584	615			
Elementos tangibles	Entre grupos por ubicación	77.680	2	38.840	5.088	0.006
	Dentro de grupos por ubicación	4679.759	613	7.634		
	Total	4757.440	615			

Luego de hacer la recopilación de datos y tratamiento necesario, se encontraron altos valores de confiabilidad según el alfa de Cronbach, para fiabilidad (0.864), sensibilidad (0.812), seguridad (0.831), empatía (0.924) y elementos tangibles

(0.865). Además, al analizar la relación entre las dimensiones y los aspectos sociodemográficos a través del ANOVA, se observaron valores de la significancia muy alta de 0.719, 0.634, 0.715 y 0.431, esto significa que no hay relación entre el género y la fiabilidad, sensibilidad, seguridad y elementos intangibles. Para el caso de la dimensión empatía, a pesar de que su nivel de significancia es bajo (0.095), aún está por encima del 0.05, por lo cual no podemos afirmar que hay una relación con el género. Asimismo, los hallazgos establecen que existe un valor muy bajo del nivel de significancia estadístico de 0.022 y 0.006, mostrando que existen diferencias significativas entre la ubicación geográfica y las dimensiones fiabilidad y elementos intangibles; es decir, existe una relación entre la ubicación geográfica y las dimensiones indicadas.

Discusiones

Este estudio ha demostrado que la calidad de servicio es un factor importante que podría impulsar a la supervivencia y debe medirse desde el punto de vista del usuario (Moliner & Moliner, 1996) (Myshketa et al., 2022); al respecto, Nguyen & Nguyen (2022) indican que es importante dar énfasis a los sistemas de atención en el rubro de salud, más aún cuando se trata de atender a personas con alta probabilidad de tener reacciones negativas debido al cansancio, disgusto o mala experiencia durante su permanencia en hospitales y/o clínicas (Dong et al., 2022); adicionalmente, Utami et al. (2020) (Pérez et al., 2020) refieren que una buena calidad de servicio puede generar satisfacción, pues de este modo, se podría medir cuán feliz está el usuario con los servicios profesionales recibidos en la industria, siendo este un indicador esencial para todas las organizaciones de atención médica, ya que se utiliza para mejorar la prestación de servicios y el cumplimiento de los objetivos estratégicos de las entidades de salud, incrementando así sus estándares de calidad.

Por otro lado, la aplicación del modelo SERVQUAL es utilizada en diferentes actividades económicas, presentando en este estudio altos valores de fiabilidad en su aplicación; al respecto, se han encontrado diversos estudios que respaldan la validez del constructo utilizado aplicado por ejemplo en el rubro farmacéutico (Utami et al., 2020), sectores comerciales (Moon, 2013) (Yovera, 2018), en el campo médico y de la salud (Asiamah et al., 2021) (López et al., 2018), así como en entornos de marketing (Nishizawa, 2014), rubro hotelero (Angamarca et al., 2020) entre otros.

Además, se descartó la idea de que la percepción de la calidad de servicio esté vinculada al género del usuario; para dar soporte a este hallazgo, Myshketa et al., (2022) y Verma et al. (2020) establecen que el género no está vinculado a la percepción de la calidad de servicio; sin embargo, Cordero et al., (2014) y Rumi et al. (2021) identificaron que las mujeres suelen tener una mejor percepción de la calidad de servicio; esto quiere decir que la discrepancia de los resultados podrían ser debido a las diferencias del contexto o cultural de la

población de estudio, por lo que amerita realizar estudios más profundos que puedan arrojar mayor luz sobre este tema.

Por otro lado, la población en estudio percibe un nivel de calidad alto; al respecto De la Fuente-Rodríguez et al. (2009) explican que un sentimiento positivo de satisfacción de los usuarios es la respuesta la percepción de una alta calidad de servicio; en este contexto, queda demostrando que las entidades se están interesando de manera especial por permitir una experiencia positiva en los usuarios, esto mediante acciones de cambios como estrategias que mejoran el desempeño de los colaboradores e incrementando la valoración de los usuarios (Ramos et al., 2020).

Si bien, estos resultados han permitido identificar las características de la población de estudio, respecto al tipo de seguro, género, ubicación geográfica, tipo de usuarios así como conocer la percepción de los usuarios respecto a la calidad de servicio, aún existe mucho por investigar y es que la principal limitación de este estudio es que no se ha realizado una investigación explicativa que evidencie de manera empírica cuáles podrían ser los factores que aportan más a la calidad de servicio por lo que se recomienda que para futuras investigaciones se realice un estudio más profundo que abarque la brecha que aún deja el hecho de no identificar los factores que contribuyen con una percepción positiva de la calidad de servicio.

Conclusiones

Se concluye en que los niveles de fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles son altos. En particular, la dimensión de seguridad obtuvo el mayor porcentaje de respuestas positivas, con un 85,6%, esta información sugiere que los encuestados perciben que la calidad del servicio es alta en todas las dimensiones evaluadas. Sin embargo, es importante tener en cuenta que esta evaluación se basa en la percepción de los encuestados y no necesariamente refleja la realidad objetiva.

Por otro lado, la calidad del servicio en instituciones es evaluada como alta por los participantes. En la sierra, el 27,1% considera que la confiabilidad es alta, mientras que, en la selva y la costa, el 26,5% y el 27,8%, respectivamente, comparten esa percepción. Estos resultados sugieren una valoración positiva generalizada de la calidad del servicio, destacando la confianza en las instituciones en diferentes regiones.

Con respecto a las dimensiones de la calidad de servicio, se concluye en que no existe relación entre el género y la fiabilidad, sensibilidad, seguridad y elementos intangibles. Esto se debe a que los valores de significancia para estas dimensiones son muy altos, con un rango de 0.431 a 0.719 . Sin embargo, es

importante tener en cuenta que esta evaluación se basa en la percepción de los encuestados y no necesariamente refleja la realidad objetiva.

Con respecto a la ubicación geográfica, está relacionada con la calidad del servicio en las dimensiones de fiabilidad y elementos intangibles. Sin embargo, no hay suficiente evidencia para afirmar que hay una relación entre la ubicación geográfica y la dimensión de seguridad.

Finalmente, con respecto a la relación entre las dimensiones y los aspectos sociodemográficos no existe una relación significativa entre estas dimensiones y el género de los encuestados.

Referencias

- Akbar, F. H., Pasiga, B. D., Samad, R., Rivai, F., Abdullah, A. Z., Awang, A. H., Pasinringi, S., Saleh, L. M., Irwandy, & Pratiwi, D. W. (2020). The Relationship Between Service Quality, Culture Similarity to Satisfaction and Loyalty of Medical (Dental) Tourism. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11, 19–30.
- Anbori, A., Ghani, S. N., Yadav, H., Daher, A. M., & Su, T. T. (2010). Patient satisfaction and loyalty to the private hospitals in Sana'a, Yemen. *International Journal for Quality in Health Care*, 22(4), 310–315. <https://doi.org/10.1093/intqhc/mzq029>
- Angamarca, G., Díaz, Y., & Martínez, C. (2020). Calidad Percibida por los Clientes de los Hoteles de la Provincia Los Ríos, Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(4), 380–393. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i4.34669>
- Ariffin, Z. Z., Yaakop, A. Y., Isa, N., Omar, S. S., Aliman, N. K., & Hassan, R. A. (2018). Service quality as drivers of customer loyalty and intention to switch: Modeling the mediating effect of customer satisfaction. *International Journal of Engineering and Technology(UAE)*, 7(3), 43–47. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i3.21.17092>
- Asiamah, N., Frimpong Opuni, F., Aggrey, M., & Adu-Gyamfi, K. (2021). ADAPTED SERVQUAL: A Health Service Quality Scale Incorporating Indicators of Sanitation and Hygiene. *Quality Management in Health Care*, 30(3), 184–193. <https://doi.org/10.1097/QMH.0000000000000269>
- Avila Angulo, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista de Investigacion y Negocios*, 32–48. <https://doi.org/https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>
- Badajoz Ramos, J. A., Jaime Flores, M. J., Martínez Quispe, D. B., & Conde Vera, R. (2023). Calidad de servicio en la decisión de compra en centros comerciales de Perú. *Quipukamayoc*, 31(65), 61–71. <https://doi.org/https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Berry, L. L., & Carbone, L. P. (2007). Build loyalty through experience management.

- Betancourt y Mayo. (2010). *Betancourt y Mayo 2010) Percepción De La Calidad De Servicio De Salud En La Calidad De Arica Chile, Hacia Un Plan De Mejora*
- Bitner, M. J., Brown, S. W., & Meuter, M. L. (2000). Technology infusion in service encounters. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 138–149. <https://doi.org/10.1177/0092070300281013>
- Bowen, H., Kark, S., & Kensinger, E. (2017). NEVER forget: negative emotional valence enhances recapitulation. *Psychonomic Bulletin & Review*, 25. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.3758/s13423-017-1313-9>
- Chowdhary, N., & Prakash, M. (2007). Prioritizing Service Quality Dimensions. *Managing Service Quality: An International Journal*, 17(5), 493–509. <https://doi.org/10.1108/09604520710817325>
- Chujandama, H., Donayre, C., Huamani, D., RojaS, C., & Alcázar, R. (2020). *Aplicación del Modelo SERVQUAL para Evaluar Calidad y Satisfacción Percibida de los Servicios Ambulatorios en la Red de Clínicas Privadas Los Álamos*. [Posgrado, Pontificia Universidad Católica del Perú].
- Cordero, T., Horcajadas, A., Bermúdez, G., & Tous, D. (2014). Perceived Quality in Hospitals of the Andalusia Healthcare System. The Case of Neurosurgery Departments. *Revista de Calidad Asistencial*, 29(6), 311–319. <https://doi.org/10.1016/j.cali.2014.11.002>
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2307/1252296>
- Dawes, J. (2008). (2008). ¿Pueden las Escalas Likert Aumentar en Sensibilidad? *REIRE. Revista d'Innovacia Recerca En Educació* 8(2). <https://doi.org/10.1344/reire2015.8.2828>
- De la Fuente-Rodríguez, A., Jesús Fernández-Lerones, M., Hoyos-Valencia, Y., León-Rodríguez, C., Zuloaga-Mendiolea, C., & Ruiz-Garrido, M. (2009). Primary care urgent service. Study of patient perceived quality and satisfaction in the Altamira health (Spain) catchment area | Servicio de urgencias de atención primaria. Estudio de calidad percibida y satisfacción de los usuarios de la zona básica de s. *Revista de Calidad Asistencial*, 24(3), 109–114. [https://doi.org/10.1016/S1134-282X\(09\)71139-X](https://doi.org/10.1016/S1134-282X(09)71139-X)
- Del Río, D. (2013). *Diccionario-glosario de metodología de la investigación social*.
- Devoto, R. (2019). Apunte Docente Calidad de Servicio Percibida en el Sector Publico (RD).pdf. *Serie de Apuntes Docentes, Escuela de Ingeniería Comercial*.
- Dong, P. T. X., Trinh, H. T., Nguyen, D. H., Nguyen, S. T., Pham, V. T. T., Ngo, H. B., Hua, S., Li, S. C., & Nguyen, H. T. L. (2022). Implementing Clinical Pharmacy Activities in Hospital Setting in Vietnam: Current Status From a National Survey.

BMC Health Services Research, 22(1). <https://doi.org/10.1186/s12913-022-08242-5>

- Doucette, William., Bacci, Jennifer., Coley, Kim., Daly, Christopher., Ferreri, Stefanie., McDonough, Randal., Somma, Melissa., & Smith, Megan. (2023). A Taxonomy for Community Pharmacy Patient Care Services Reported in Pharmacist eCare Plans. *Journal of the American Pharmacists Association*, 63(1), 173–177. <https://doi.org/10.1016/j.japh.2022.08.026>
- Duque, E. (2005). Revisión del Concepto de Calidad del Servicio y sus Modelos de Medición. *Innovar*, 15, 64–80.
- Grönroos, C. (1994). From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shift in Marketing. *Management Decision*, 32(2), 4–20. <https://doi.org/10.1108/00251749410054774/FULL/XML>
- Ibarra, Luis., & Casas, Emma. (2015). Aplicación del Modelo Servperf en los Centros de Atención Telcel, Hermosillo: Una Medición de la Calidad en el Servicio. *Contaduría y Administración*, 60(1), 229–260. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(15\)72153-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0186-1042(15)72153-4)
- Jakobsen, A., Småbrekke, L., Chen, Timothy., & Halvorsen, Kjell. (2023). Exploring Stakeholders' Perspectives on the Quality of Services Provided Through Community Pharmacies. *Research in Social and Administrative Pharmacy*. <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2023.05.015>
- Kumar, S., Dhankhar, S., Ved Priya, A., & Yadav, S. Y. and J. P. (2012). Antimicrobial activity of *Salvadora oleoides* Decne. against some microorganisms. *Journal of Medicinal Plants Research*, 6(14), 2754–2760. <https://doi.org/10.5897/jmpr11.763>
- López, Edith., Castañón, Alberto., Sifuentes, María., Flores, Consuelo., Helmes, Leticia., Vaillard, Esther., & Lucero, Rebeca. (2018). Adaptación y Validación de un Instrumento con la Metodología SERVQUAL en Clínicas de Docencia y Servicios Estomatológicos. *Revista Odontológica Mexicana*, 22, 65–68. www.medigraphic.org.mx
- López-Noguera, Q., Pérez-Plasencia, A., Gratacós-Santanach, L., Dordà-Benito, A., Díez-Vallejo, C., & Sacrest-Güell, R. (2022). Evolución del Proyecto 2020 de la Sociedad Española de Farmacia Hospitalaria en un Servicio de Farmacia Hospitalaria. *Farmacia Hospitalaria*, 46(1), 3–9. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.7399/fh.11680>
- Moliner Tena, M. A., & Moliner Tena, J. (1996). The perceived quality of service at a family planning clinic: a marketing focus | La calidad percibida del servicio de un centro de planificación familiar: un enfoque de marketing. *Atencion Primaria / Sociedad Española de Medicina de Familia y Comunitaria*, 17(6), 400–406.
- Monroy, M. A., & Urcádiz, F. J. (2018). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Investigación Administrativa*, 1–22. <https://doi.org/10.35426/iav48n123.06>

- Moon, Y. (2013). The tangibility and intangibility of e-service quality. *International Journal of Smart Home*, 7(5), 91–102. <https://doi.org/10.14257/ijsh.2013.7.5.10>
- Mosquera, D., Patiño, O., Sánchez, D., Agudelo, J., Ospina, D., & Bermúdez, J. (2019). Factores Asociados a la Calidad en el Servicio en Centros de Acondicionamiento Físico a Partir del Modelo SERVQUAL. *Revista CEA*, 5(9), 13–32. <https://doi.org/10.22430/24223182.1253>
- Muñoz Rocha, C. (2015). *Metodología de la investigación* (Oxford).
- Myshketa, R., Kalaja, R., & Kurti, S. (2022). Patient Satisfaction Relation with Sociodemographic Variables in Hospital Health Care in Albania. *Universal Journal of Public Health*, 10(4), 430–438. <https://doi.org/10.13189/ujph.2022.100416>
- Nguyen, B. Q., & Nguyen, C. T. T. (2022). An Assessment of Outpatient Satisfaction with Hospital Pharmacy Quality and Influential Factors in the Context of the COVID-19 Pandemic. *Healthcare (Switzerland)*, 10(10). <https://doi.org/10.3390/healthcare10101945>
- Nishizawa, R. M. (2014, October 1). Desarrollo del Modelo Servqual para la Medición de la Calidad del Servicio en la Empresa de Publicidad Ayuda Experto. <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/002224378001700405>
- Pedraja, L., Valdés, G., Riveros, I., & Santibáñez, D. (2019, July 29). Health Service Quality Perception In The City Of Arica, Chile.
- Parasuraman, a, Zeithaml, V. a, & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. In *Journal of Retailing* (Vol. 64, p. 28). [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)
- Pérez, M., Lozano, A., García, J., Torre, I., Poveda, J., & Calleja, M. (2020). Encuesta Nacional de la SEFH-2019: Características Generales, Recursos Humanos, Materiales y Sistemas de Información en los Servicios de Farmacia Hospitalaria en España. *Farmacia Hospitalaria : Organo Oficial de Expresion Cientifica de La Sociedad Espanola de Farmacia Hospitalaria*, 44(6), 288–296. <https://doi.org/10.7399/fh.11565>
- Ramos, E., Mogollón, F., Santur, L., & Cherre, I. (2020a). El modelo SERVPERF como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. *Universidad y Sociedad*, 2507(February), 1–9.
- Ramos, E., Mogollón, F., Santur, L., & Cherre, I. (2020b). El modelo SERVPERF como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. *Universidad y Sociedad*, 2507(February), 1–9.
- Rodríguez, E., Feres, H., Pedraja, L., & Araneda, C. (2015). Una Aproximación a la Clasificación de las Universidades Chilenas. In *Revista chilena de ingeniería* (Vol. 23, Issue 3).

- Rodríguez Carrasco, R. J., Uribe Kajatt, J., & Rey de Castro Hidalgo, D. E. (2023). La calidad de servicio del cliente interno basado en el modelo SERVQUAL y su relación con la satisfacción laboral en una empresa de transporte de carga pesada de Lima Metropolitana, 2021. *Industria Data*, 26(1), 191–202. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15381/idata.v26i1.24243>
- Rojas-Martínez, C., Niebles-Nuñez, W., Pacheco-Ruíz, C., & Hernández-Palma, H. G. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Informacion Tecnologica*, 31(4), 221–232. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>
- Rumi, M. H., Makhdom, N., Rashid, M. H., & Muyeed, A. (2021). Gender Differences in Service Quality of Upazila Health Complex in Bangladesh. *Journal of Patient Experience*, 8. <https://doi.org/10.1177/23743735211008304>
- Sakawati, H., Agustina, N. K., & Sulmiah, S. (2021). *The Influence of Service Quality on inpatients Satisfaction: Study at Bahagia Hospitals, Makassar City*.
- Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85–101. <https://doi.org/https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Utami, P., Ghozali, M. T., Hadning, I., & Syafani, F. L. (2020). Patients' Level of Satisfaction From Pharmaceutical Services Provided by Private Pharmacies Using the Servqual Model Analysis. *International Journal of Research in Pharmaceutical Sciences*. <https://doi.org/10.26452/ijrps.v11i3.2547>
- Verma, P., Kumar, S., & Sharma, S. K. (2020). e-Healthcare service quality: consumer satisfaction and its association with demographic characteristics. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 33(6), 413–428. <https://doi.org/10.1108/IJHCQA-02-2020-0030>
- Wesevich, A., Jiao, M. G., Santanam, T. S., Chung, R. J., Uchitel, J., Zhang, Q., Brindis, C. D., Ford, C. A., Counts, N. Z., & Wong, C. A. (2022). Adolescent and Young Adult Perspectives on Quality and Value in Health Care. *Academic Pediatrics*. <https://doi.org/10.1016/j.acap.2022.10.010>
- Yovera, C., & Rodríguez, J. (2018). El Modelo SERVQUAL en la Evaluación de la Calidad de Servicio de los Centrales Azucareros. *Revista Científica Teorías, Enfoques y Aplicaciones En Ciencias Sociales*, 22, 26–38.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: A critical review of extant knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362–375. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/009207002236911>