

La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción al paciente en el área de farmacia de un hospital público: un enfoque correlacional

Service quality and its impact on patient satisfaction in the pharmacy area of a public hospital: a correlational approach

Gleyce Mellanie Salazar Nereyda ^a, Felipe de Jesús Núñez Cárdenas ^b

Abstract:

The objective of this research project is to determine the correlation between the quality of service and user satisfaction in the dispensing of medicines in the pharmacy area of the Huejutla Hospital “Dr. Daniel Salazar Fernandez”. The research methodology used was a quantitative descriptive approach, it is also considered correlational because based on the measurement of the two variables, the results of the statistical tests of Pearson's coefficient will be obtained. For the measurement of the variables, the ServPerf (Service Performance) model was used. The main findings of this study imply the difference in the perception of the variables studied in the rural population as opposed to the urban population; at the same time, there is a strong positive relationship between customer satisfaction and the quality of service presented in the clinic analyzed.

Keywords:

Quality of service, Customer Satisfaction, ServPerf, pharmacy

Resumen:

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo determinar la correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la dispensación de medicamentos en el área de farmacia de la clínica Hospital Huejutla “Dr. Daniel Salazar Fernández. La metodología de la investigación utilizada fue de enfoque descriptiva cuantitativa, también se considera de tipo correlacional ya que en base a la medición de las dos variables se obtendrán los resultados de las pruebas estadísticas del coeficiente de Pearson. Para la medición de las variables se usó el modelo ServPerf (Service Performance) los principales hallazgos de este estudio implican la diferencia en la percepción de las variables estudiadas en la población rural a diferencia de la población urbana, al mismo tiempo se mantiene una relación fuerte positiva entre la satisfacción del cliente y la calidad en el servicio presentada en la clínica analizada

Palabras Clave:

Calidad de servicio, Satisfacción del cliente, ServPerf, Farmacia

Introducción

La importancia de la calidad en el servicio y la satisfacción del cliente en las organizaciones actuales es indiscutible, ya que reflejan la eficiencia y eficacia que las empresas demuestran en la atención al cliente. Es fundamental para el consumidor recibir un trato digno que resuelva sus necesidades y cumpla con sus expectativas, lo que asegura una relación duradera y fructífera entre las organizaciones y sus usuarios. Brindar un servicio

eficiente permite a las empresas diferenciarse de la competencia y ofrecer un producto o servicio de mayor valor. La satisfacción del cliente también es crucial para prever la probabilidad de futuras compras, reducir la rotación de clientes y aumentar su ciclo de vida y retención [1].

Un cliente satisfecho tiende a ser leal a la marca y sus productos, López Salas define el servicio al cliente como ese conjunto de acciones que un proveedor brinda a su

^a, Autor de Correspondencia, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, <https://orcid.org/0009-0003-7243-4617>, Email: sa441882@uaeh.edu.mx

^b, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, <https://orcid.org/0000-0002-2462-3654>, Email: felipe_nunez@uaeh.edu.mx

clientela, con el fin de lograr que ese servicio que recibe, signifique una diferenciación con el resto de las organizaciones que ofrecen servicios similares [2]. El mismo se logra a través del mejoramiento de los distintos aspectos que participan en ese proceso para satisfacer al cliente. Se entiende que dependiendo el trato que se les dé a los usuarios, define a la institución como un ente de calidad, un dato muy importante [3].

De acuerdo a información brindada por la Organización Mundial de la Salud (OMS), el 10,4% de la satisfacción que tienen los clientes en el sistema de salud, se relaciona con la experiencia que ellos viven al acudir a un establecimiento de salud en sus diversos servicios (entre ellos, el servicio farmacéutico) [4].

La farmacia hospitalaria se encarga de elegir, preparar, almacenar, combinar y dispensar medicamentos y productos sanitarios, asesorando a profesionales de la salud y pacientes sobre su uso seguro, efectivo y eficiente. Sin embargo, actualmente, el área de farmacia enfrenta deficiencias tanto en calidad como en atención al usuario debido a la falta de conocimiento, profesionalismo, dispensación de medicamentos y un trato inadecuado al cliente, así como una mala gestión de conflictos y quejas, por tanto, es necesario que todos los establecimientos de insumos para la salud con el giro de farmacia hospitalaria previo a su operación cumplan con los requisitos dispuestos en la normatividad vigente aplicable [5].

En este estudio, se atendió la problemática que se ha presentado a través de los años en los hospitales clínicos públicos, quienes ofrecen el servicio en el área de farmacia, centrándonos en la calidad del mismo y la satisfacción del usuario que en este caso serían los pacientes. Dicho tema a abordar es muy relevante ya que la satisfacción al cliente es uno de los problemas que afronta toda institución que presta asistencia a la población buscando la mejora de la calidad de sus servicios. Centrándonos en la problemática de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en los hospitales clínicos públicos, particularmente en el área de farmacia, con el objetivo de mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del paciente.

Los resultados obtenidos se utilizarán como antecedentes para buscar la mejora continua del servicio y la satisfacción del paciente. Este trabajo de investigación busca contribuir a la mejora de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el área de farmacia hospitalaria.

Estado del arte

Los términos satisfacción y calidad son como sinónimos y aunque los investigadores han realizado diferentes

intentos para diferenciar ambos conceptos, la relación entre ambos no está clara. [6] La calidad de servicio no se puede palpar, pero sí se puede percibir, y se conoce por medio del cliente y su percepción sobre la atención por parte de la empresa. La calidad de servicio puede medirse desde el enfoque del cliente y su experiencia durante la adquisición del servicio dentro de una organización.

Aunque no exista una definición como tal de estos dos contextos, tienden a ser criterios complejos ya que están ligados a la percepción que el consumidor tenga del mismo. Siendo así la relación entre ambos ya que van de la mano al medirse tanto de una como de la otra variable, como se menciona anteriormente, para saber si el servicio es de calidad, el cliente tiene que evaluarlo, por medio de los instrumentos de calidad y satisfacción al usuario, de esa manera se estará recabando la información de su nivel de satisfacción y experiencia al recibir el servicio [6].

La satisfacción del cliente se ve determinada por lo que el cliente tuvo que ceder o sacrificar (dinero, tiempo, etc.) a cambio del servicio. La satisfacción entonces se vuelve una respuesta emocional del consumidor derivada de la comparación de las recompensas (percepción de la calidad del servicio, percepción de los tangibles en el servicio, etc.) y costos con relación a las expectativas. Así la percepción de la calidad del servicio es un componente más que repercute en la satisfacción del cliente.

La calidad en el servicio prestado se enfoca prácticamente en las dimensiones del servicio, mientras la satisfacción es un concepto más amplio que no solo se ve afectado por las recompensas, sino también por factores personales y situacionales que escapan del control del prestador del servicio. El usuario siempre espera que se le retribuya el tiempo de espera que brindó al concurrir dicho servicio, si sus expectativas fueron favorables se llevara una excelente satisfacción [7].

Para medir dicha relación se tienen que tomar en cuenta una serie de dimensiones ya que todos los clientes tienen diferentes manera y culturas de percibir la calidad del servicio, no obstante, a esto es por ello que se realizan las encuestas de satisfacción al cliente, el elemento más importante para las organizaciones y sobre todo en el área de salud, el cual se le debe de priorizar y atender de manera, responsable, digna y eficaz.

El cliente o usuario lleva consigo una opinión particular del bien o servicio, la cual está dado por un juicio propio de calidad. Por ende, la satisfacción es igual al factor de calidad por eso estas dos variables se relacionan directamente, pues si la calidad es positiva entonces la satisfacción también es positiva. "La diferencia entre ambos conceptos se centra en que la calidad de servicio

es una valoración global, semejante a una actitud: mientras que la satisfacción, bajo el enfoque tradicional, está relacionada a una transacción en específica [8].

La calidad del servicio en el departamento de farmacia tiene un impacto directo en la satisfacción del cliente al influir en aspectos como el acceso a los medicamentos, la precisión en la dispensación, la comunicación, la atención personalizada y la capacidad de respuesta a las necesidades y preocupaciones de los pacientes. Una atención de calidad no solo mejora la experiencia del paciente, sino que también contribuye a resultados de salud óptimos y a relaciones sólidas entre el departamento de farmacia y la comunidad a la que sirve.

Fundamento teórico

La calidad en el servicio se refiere a la excelencia en la prestación de servicios a los clientes, superando sus expectativas y satisfaciendo sus necesidades de manera eficaz y eficiente. Aspectos clave que definen la calidad en el servicio: fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad, tangibilidad, personalización, comunicación efectiva. Es indispensable que el sector público sea más empresarial, más orientado hacia el cliente, y trabaje con más eficiencia y calidad en los servicios que ofrece a la población [9].

Desde finales de la década de los ochenta, la tendencia en el mundo es la globalización de los mercados; pero esta apertura no sólo significa amenazas para los pequeños países, sino que, por el contrario, constituye una fuente de excelentes oportunidades de desarrollo. Para poder enfrentar las amenazas y aprovechar las oportunidades, es absolutamente necesario cambiar los paradigmas de manejo de las empresas e instituciones, propios de la Era Industrial, por los paradigmas propios de la Era del Conocimiento que enfoca su atención en el tema de la Calidad Total [10]. A grandes rasgos, la filosofía de la Calidad Total abarca dos grandes propósitos: mejorar el nivel de vida de los clientes y mejorar el nivel de vida de los integrantes de la empresa (clientes internos).

La satisfacción del cliente se refiere al grado en que las expectativas y necesidades de un cliente específico son cumplidas por un producto o servicio, la satisfacción es la impresión que recibe el comprador acerca de los insumos o servicios que le brinda la empresa y donde busca encontrar la satisfacción que espera. Puntos clave relacionados con la satisfacción del cliente: cumplimiento de expectativa, calidad percibida, valor entregado, experiencia del cliente, resolución de problemas, feedback y seguimiento [11]. La satisfacción del cliente es un indicador crucial del éxito de una empresa u organización. Por lo tanto, las empresas deben esforzarse por

comprender las necesidades y expectativas de sus clientes y trabajar constantemente para cumplirlas y superarlas.

Por otro lado, existen diferentes tipos de farmacias entre ellas: farmacia de la comunidad, farmacia de tamaño variado, farmacia de hospital, farmacia clínica, farmacia especializada, parafarmacia, farmacia de pruebas clínicas, siendo así la diferente metodología que utilizan, están impuestas a brindar un excelente servicio de calidad y para constatar que se estén realizando correctamente los lineamientos en base a la atención con los usuarios, pueden ser medidos con instrumentos orientados a la medición de la calidad en el servicio y satisfacción al cliente, los cuales pueden ser: el Modelo SERVQUAL de calidad de servicio, Modelo SERVPERF, El CSAT o Customer Satisfaction Score, Net Promoter Score (NPS), Modelo ECSI, Modelo Kano, Matriz importancia-resultado, Modelo afectivo-cognitivo [12].

Metodología

Para la presente investigación se hizo uso de un diseño descriptivo cuantitativo derivado de los instrumentos de medición utilizados para recabar información, así mismo es descriptiva ya que describe la situación actual que tiene el servicio de farmacia de la clínica Hospital Huejutla "Dr. Daniel Salazar Fernández". También se considera de tipo correlacional ya que en base a la medición de la calidad en el servicio y la satisfacción del cliente se obtendrá en base a las pruebas estadísticas del Coeficiente de Correlación de Pearson. La variable está expresada en términos de satisfacción del usuario externo que está dada por la diferencia de Percepciones y Expectativas Se operan mediante las dimensiones del cuestionario SERVPERF, que ha sido previamente validado, la primer variable Calidad en el servicio: es la medida en que un proveedor de servicios cumple con las expectativas y necesidades de sus clientes y la segunda variable Satisfacción del cliente: es la medición de la respuesta que los consumidores tienen con respecto a un servicio o producto de una marca en específico. Nuestra hipótesis se orienta que la calidad en el servicio es directamente proporcional a la satisfacción del cliente dentro del servicio de farmacia de la clínica Hospital Huejutla "Dr. Daniel Salazar Fernández"

Instrumentos de medición y/ aplicación

Para la medición de las variables se usó el modelo ServPerf (Service Performance) se basa en medir la calidad de servicio, buscando las percepciones de su cliente, generando la eliminación de sus expectativas y reduciendo a la mitad las preguntas que ya se encuentran planteadas por el modelo SERVPERF, la población en

estudio estuvo constituida por todos los usuarios externos que acudieron al servicio de Farmacia en la Clínica hospital Huejutla “Dr. Daniel Salazar Fernández”. Se tiene como información, que en promedio se atienden 290 usuarios diarios. El tipo de muestreo utilizado fue el aleatorio simple, y para el tamaño de muestra se utilizó la fórmula para una proporción con población conocida, obteniendo una muestra de 70 encuestas a aplicar para obtener un margen de error de 5%.

Desarrollo

La Clínica Hospital de Huejutla “Dr. Daniel Salazar Fernández” brinda servicios médicos y de atención de salud a la comunidad de Huejutla de Reyes, en el estado de Hidalgo, México. Durante los últimos años, la clínica ha crecido y se ha consolidado como una institución importante en la región, brindando atención médica y contribuyendo al bienestar de la comunidad, constituida con el propósito de ofrecer servicios de salud de calidad a la comunidad.

La clínica ofrece una amplia gama de servicios médicos, que incluyen consultas generales, atención especializada en diversas áreas como pediatría, ginecología, cirugía, traumatología, entre otras. Uno de los aspectos más destacados como misión de la Clínica Hospital de Huejutla es su enfoque de “promover y proteger el bienestar integral en el ámbito de la salud, pensiones y prestaciones económicas y sociales de los derechohabientes con servicios de calidad, apego a la ley, trato humano, profesionalismo y responsabilidad” para la comunidad, pero desafortunadamente en su página oficial tiene comentarios de personas que hicieron o hacen uso del servicio expresando que es un ente ineficiente en cuanto a la calidad de atención y satisfacción al usuario.

También ofrece servicios farmacéuticos integrales para satisfacer las necesidades de sus pacientes, el área de farmacia se destaca por varios aspectos: dispensación de medicamentos, asesoramiento de medicamentos, asesoramiento farmacéutico, gestión de inventario, farmacovigilancia, educación al paciente en teoría es todo lo que tiene establecido el área de farmacia, quien juega un papel fundamental en la atención integral de los pacientes, es por ello que este proyecto se orientó a medir la correlación entre la calidad en el servicio y satisfacción al usuario para constatar que en verdad sea una organización comprometida y brinde un excelente servicio a sus derechohabientes.

Durante el mes de mayo del 2024 se aplicaron un total de 70 encuestas sobre la Calidad en el Servicio y la Satisfacción del Cliente. Es importante mencionar que como variables o subclasificación de estas mediciones se

integraron para su análisis exhaustivo lo correspondiente al sexo, para determinar diferencias entre los hombres y las mujeres. Del mismo modo se incluye la clasificación de edad lo cual nos arrojará la medición correspondiente a tres grupos principales jóvenes, adultos y adultos mayores. La escolaridad se incluyó para determinar si existe vínculo entre esta clasificación y las mediciones realizadas. Y por último se incluyó la clasificación de población, la cual por el entorno del hospital corresponde a los derechohabientes provenientes de zonas rurales o urbanas.

Posterior a la medición de estas variables y las subclasificaciones se procede a verificar los niveles de correlación que existen entre estos factores en base a las pruebas estadísticas del Coeficiente de Correlación de Pearson, el cual indica el grado en que dos variables de escala métrica están relacionadas linealmente, sus valores oscilan entre -1 y +1.

Resultados y discusión

En el siguiente apartado se muestran los resultados obtenidos a través de las diferentes subclasificaciones que nos permiten orientar la percepción y medición de nuestras dos variables principales como lo son la calidad en el servicio y la Satisfacción del Cliente.

En la siguiente tabla se muestra la calificación de los resultados obtenidos.

Tabla 1. calificación de Resultados de acuerdo a sus Ponderaciones

Calificación de Resultados		
Porcentaje	Calificación	Acción
[0,21>	Deficiente	Atención inmediata
[21,41>	Regular	Minimizarlo
[41,61>	Bueno	Controlarlo
[61,81>	Muy Bueno	Mejorarlo
[81,100]	Excelente	Mantenerlo

Este estudio se basa en los rubros de clasificación Sexo, Edad, Escolaridad y Población, si bien es cierto que solo se manejan dos variables principales, este análisis es con la finalidad de hacerlo desde diferentes perspectivas incluida la del género.

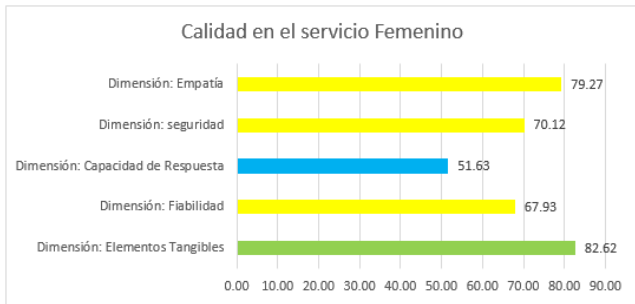
Se aborda el análisis general y se finaliza con la definición del coeficiente de correlación existente y del que es mención nuestro trabajo de investigación.

Dentro de la variable de calidad en el servicio se abordaron cinco dimensiones a evaluar que son: Empatía, Seguridad, Capacidad de Respuesta, Fiabilidad

y Elementos Tangibles. Mientras que para la variable de Satisfacción al cliente se manejaron solo dos dimensiones que son lealtad del usuario y Percepción del usuario.

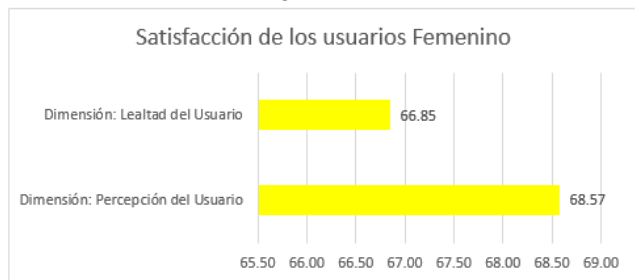
Análisis Criterio Sexo

Se enfoca a la percepción del género femenino en comparación del género masculino. Los resultados se muestran en las siguientes gráficas.



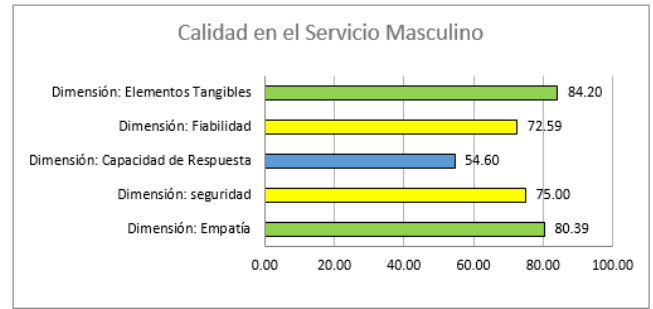
Gráfica 1. Calidad en el servicio (Femenino).

En la gráfica 1 podemos apreciar que dentro de las diferentes dimensiones el sexo femenino en lo referente a la Calidad en el Servicio se evaluó de la siguiente manera: en la Empatía se obtuvo una calificación de 79.27% lo cual refiere esta dimensión como muy buena, en la de seguridad 70.12% con calificación muy buena, en capacidad de respuesta la calificación fue de 51.63% como buena, la fiabilidad 67.93% como muy buena y por último los elementos tangibles con 82.6% con excelente.



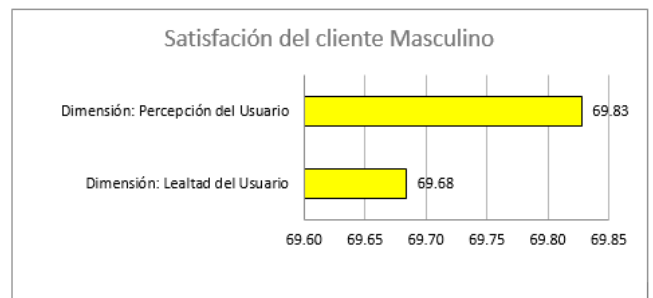
Gráfica 2. Satisfacción de los usuarios (Femenino).

En la gráfica 2 se observa la variable Satisfacción del Cliente desde la percepción femenina la cual incluye las dos dimensiones la primera es la lealtad del usuario con una calificación de 66.85% que se considera buena, y la dimensión Percepción del usuario con una calificación de 68.57 % que del mismo modo se considera como buena.



Gráfica 3. Calidad en el servicio (Masculino).

En la gráfica 3 podemos apreciar que dentro de las diferentes dimensiones el sexo Masculino en lo referente a la Calidad en el Servicio se evaluó de la siguiente manera: en la Empatía se obtuvo una calificación de 80.39% lo cual refiere esta dimensión como excelente, en la seguridad 75% con calificación muy buena, en capacidad de respuesta la calificación fue de 54.60% como buena, la fiabilidad 72.59% como muy buena y por último los elementos tangibles con 84.20% con excelente.



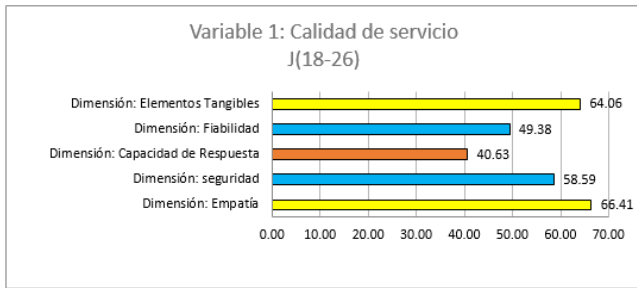
Gráfica 4. Satisfacción del cliente (Masculino)

En la gráfica 4 se observa la variable Satisfacción del Cliente desde la percepción masculina la cual incluye las dos dimensiones la primera es la lealtad del usuario con una calificación de 69.68% que se considera buena, y la dimensión Percepción del usuario con una calificación de 69.83 que del mismo modo se considera como buena.

En relación al análisis de la clasificación de género o sexo, podemos observar que solo existe una diferencia en la dimensión empatía de la variable de calidad en el servicio, siendo esta ligeramente mejor evaluada por el género masculino.

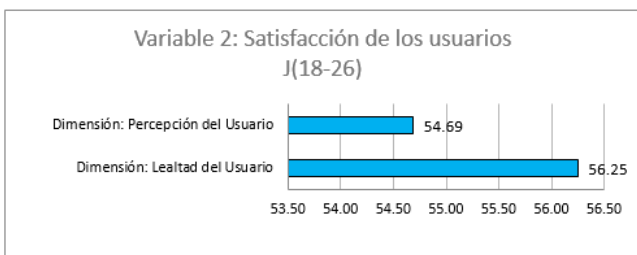
Análisis criterio Edad

Se puede observar que, de acuerdo al rango de edad, existe una variabilidad en relación con la calidad y satisfacción en el servicio que los pacientes perciben. Los resultados se muestran en las siguientes gráficas.



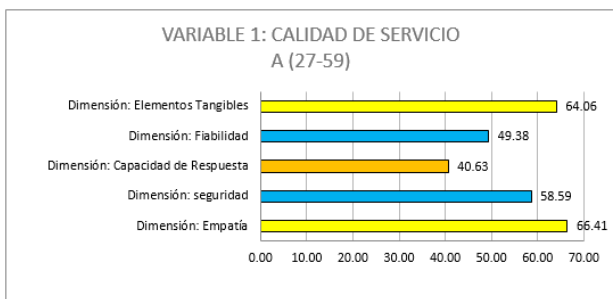
Gráfica 5. Calidad de servicio J (18-26).

Podemos apreciar que dentro de las diferentes dimensiones el rango de edad en este caso los jóvenes que son de los 18 a 26 años de edad, se evaluaron de la siguiente manera: en elementos tangibles se obtuvo un cumplimiento del 64.06%, en la dimensión fiabilidad se obtuvo un cumplimiento del 49.38%, en la dimensión capacidad de respuesta se obtuvo un cumplimiento del 40.63%. En la dimensión seguridad se obtuvo un cumplimiento del 58.59%, en la dimensión empatía se obtuvo un cumplimiento del 66.41%.



Gráfica 6. Satisfacción de los usuarios J (18-26).

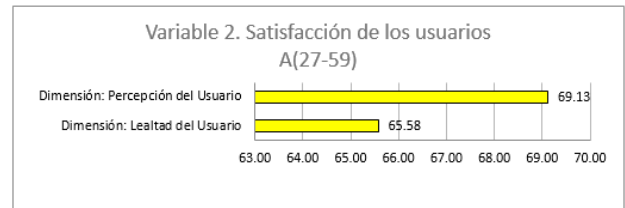
En esta presente gráfica, los resultados arrojados por la población de jóvenes fueron los siguientes: en la dimensión: percepción del usuario el resultado fue de 2.1875, con un cumplimiento del 54.69%, en la dimensión: lealtad del usuario fue de 2.25 con un cumplimiento del 56.25%.



Gráfica 7. Calidad de servicio A (27-59).

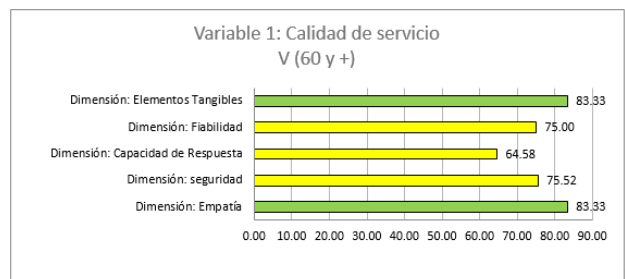
Se observa que en la dimensión 1: elementos tangibles se obtuvo un 2.36 de resultado alcanzando un

cumplimiento del 64.06%, dimensión fiabilidad: 1.97 con un cumplimiento del 49.38%, dimensión: capacidad de respuesta 1.62 con un cumplimiento de 40.63%, dimensión seguridad con un resultado de 2.34 con un cumplimiento del 58.59%, dimensión empatía: con un resultado de 2.65, alcanzando un cumplimiento del 66.41%.



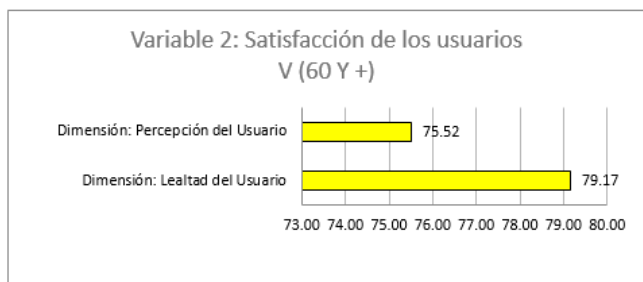
Gráfica 8. Satisfacción de los usuarios A (27-59).

Podemos percibir que en la etapa adultez los resultados fueron los siguientes, en la dimensión percepción del usuario el cumplimiento arrojado fue del 69.13%, en la dimensión lealtad del usuario el cumplimiento alcanzado fue del 65.58%.



Gráfica 9. Calidad de servicio V (60 y +).

En esta grafica podemos apreciar las diferentes dimensiones, por consiguiente, en la primera dimensión: elementos tangibles el resultado fue de 3.33 con un cumplimiento del 83.3%, en la segunda dimensión: fiabilidad el resultado fue de 3 alcanzando un cumplimiento del 75%, en la tercera dimensión fue de 2.58 con un cumplimiento del 64.58%, en la cuarta dimensión: capacidad de respuesta el resultado fue de 3.02 con un cumplimiento del 75.52% y por último en la quinta dimensión: empatía fue de 3.33 alcanzando un 83.33% de cumplimiento.

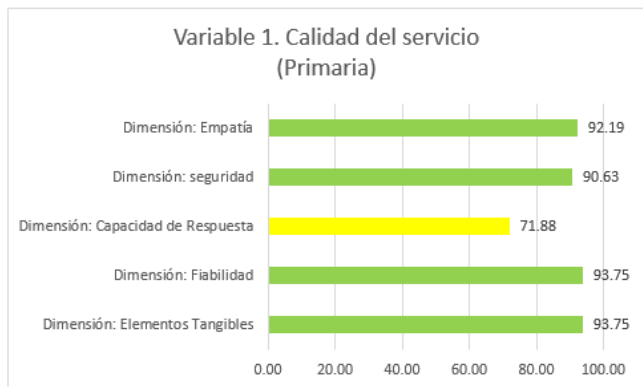


Gráfica 10. Satisfacción de los usuarios V (60 Y +).

Esta etapa arrojó los siguientes resultados, en la dimensión: percepción del usuario podemos observar que el resultado fue de 3.02 llegando a un cumplimiento del 75.52%, en la dimensión: lealtad del usuario se reflejó con 3.16 y con un 79.17% en cumplimiento. Podemos definir que, de acuerdo a los diferentes rangos de edad, en cuanto a la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios estos varían, los pacientes de 60 y +, reportan mayores niveles de calidad y satisfacción en comparación a los grupos más jóvenes.

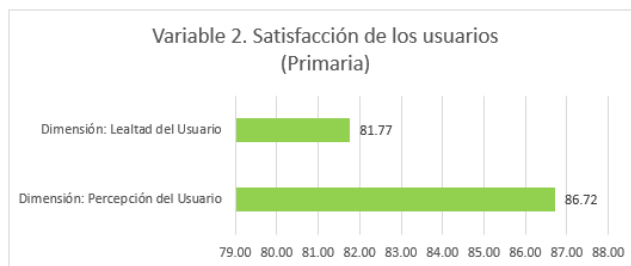
Análisis criterio: Escolaridad.

Los resultados percibidos por usuarios que acuden a la farmacia de la clínica Hospital Huejutla “Dr. Daniel Salazar Fernández”, haciendo una recolección de su grado de satisfacción y calidad del servicio en cuanto a la escolaridad que poseen, en las siguientes gráficas se muestran los resultados.



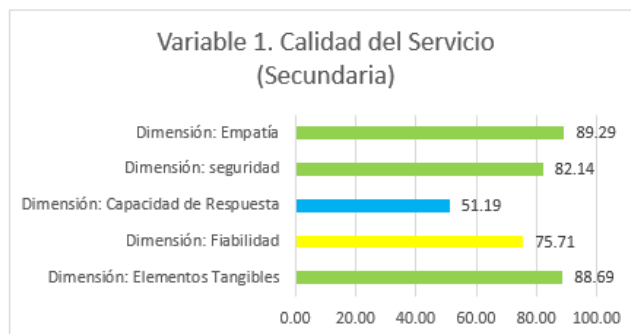
Gráfica 11. Calidad del servicio (Primaria).

Se puede observar, en la dimensión empatía hay un cumplimiento del 92.19%, en la dimensión seguridad hay un cumplimiento del 90.63%, en la dimensión: capacidad de respuesta hay un cumplimiento del 71.88%, en la penúltima dimensión: fiabilidad hay un cumplimiento del 93.75% y como última dimensión: elementos tangibles se obtuvo un cumplimiento del 93.75%.



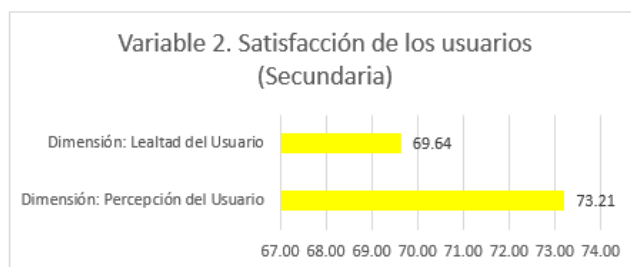
Gráfica 12. Satisfacción de los usuarios (Primaria).

Se puede apreciar que en la dimensión: lealtad del usuario se obtuvo un resultado del 3.27 alcanzando un cumplimiento del 86.72%, por consiguiente, en la dimensión: percepción del usuario el resultado fue de 3.46 con un cumplimiento del 86.72%.



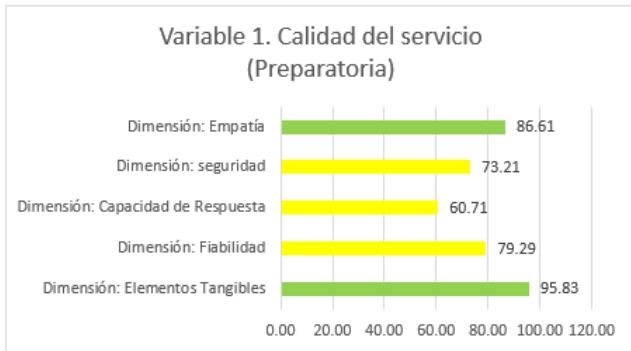
Gráfica 13. Calidad del servicio (secundaria).

En la dimensión empatía el cumplimiento fue de 89.29%, en la siguiente dimensión que es seguridad el cumplimiento alcanzado es de 82.29%, en la dimensión capacidad de respuesta fue de un 51.19%, en la dimensión fiabilidad se obtuvo un cumplimiento del 75.71% y en la última dimensión: elementos tangibles el cumplimiento arrojado fue del 88.69%



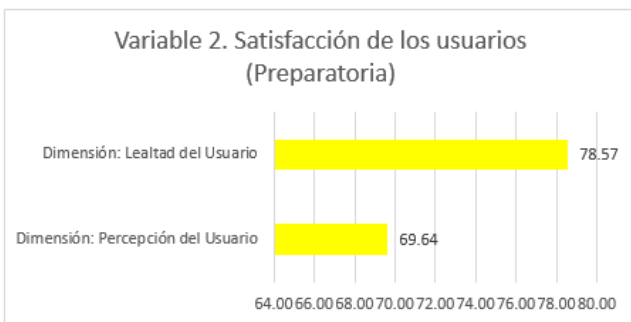
Gráfica 14. Satisfacción de los usuarios (secundaria).

En esta presente gráfica podemos observar que, en la primera dimensión, la cual es lealtad del usuario hubo un cumplimiento del 69.64% y en la dimensión percepción del usuario el cumplimiento fue del 73.21%.



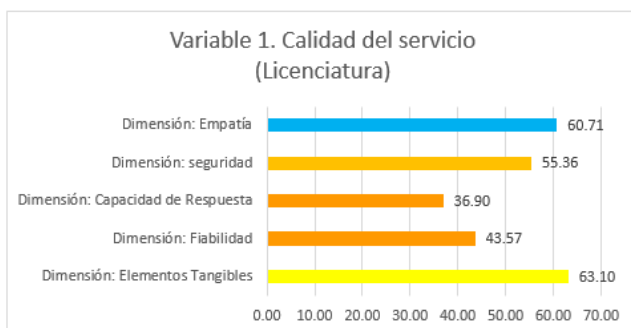
Gráfica 15. Calidad del servicio (Preparatoria).

Como podemos observar en la dimensión; empatía se puede observar que hubo un cumplimiento del 86.6%, en la dimensión: seguridad el cumplimiento fue de 73.21%, en la dimensión capacidad de respuesta el cumplimiento fue de 60.71%, en la dimensión: fiabilidad el cumplimiento percibido fue de 79.29%, en la dimensión: elementos tangibles se alcanzó un 95.83% en cumplimiento.



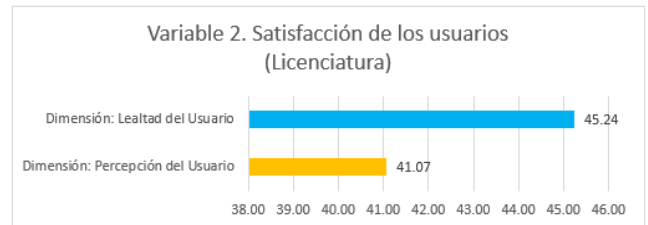
Gráfica 16. satisfacción de los usuarios (Preparatoria).

De acuerdo a los resultados arrojados en la dimensión: lealtad del usuario el cumplimiento alcanzado fue de 78.57%, en la dimensión: percepción de usuarios el cumplimiento percibido por los usuarios fue de 69.64%.



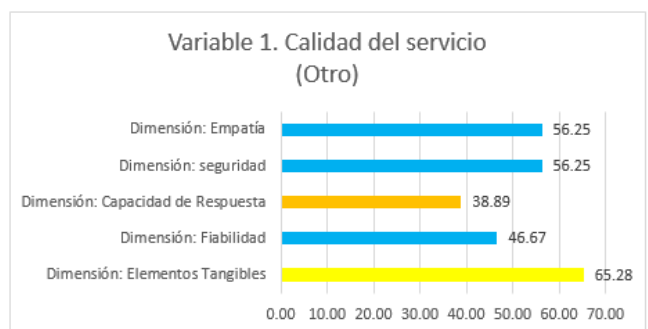
Gráfica 17. Calidad del servicio (licenciatura).

Podemos observar que en la dimensión: empatía el cumplimiento fue del 60.71%, en la dimensión seguridad el cumplimiento alcanzado fue de 55.36%, en la dimensión: capacidad de respuesta el cumplimiento alcanzado fue de 36.90%, en la dimensión fiabilidad se obtuvo un 43.57% en cumplimiento y finalmente en la dimensión elementos tangibles el cumplimiento arrojado fue del 63.10%.



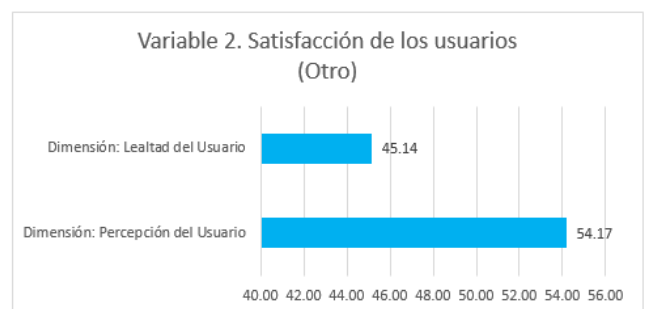
Gráfica 18. Satisfacción de los usuarios (licenciatura).

Podemos apreciar que en la presente gráfica se observa un 45.24% en cumplimiento y como última dimensión: en la percepción del usuario el cumplimiento arrojado fue del 41.07%.



Gráfica 19. Calidad del servicio (otro).

En este rubro fue para las personas que tenían algún grado de estudios más elevado, como un doctorado o posgrado, el cumplimiento arrojado en las dimensiones fueron las siguientes, en empatía se obtuvo el 56.25% de cumplimiento, en la dimensión: fiabilidad,

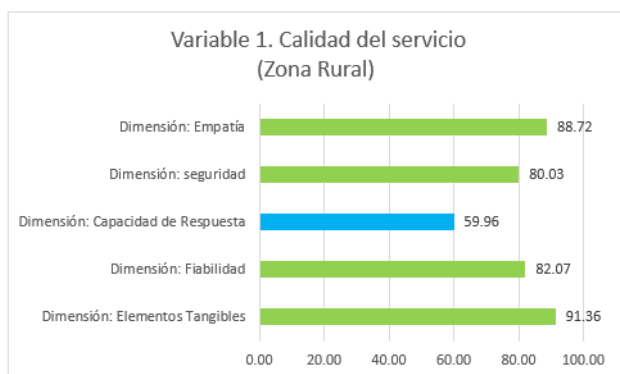


Gráfica 20. Satisfacción de los usuarios (otro).

Se puede observar en la dimensión: Lealtad del usuario, se obtuvo un cumplimiento del 45.14%, en la dimensión: percepción del usuario con un cumplimiento del 54.17%.

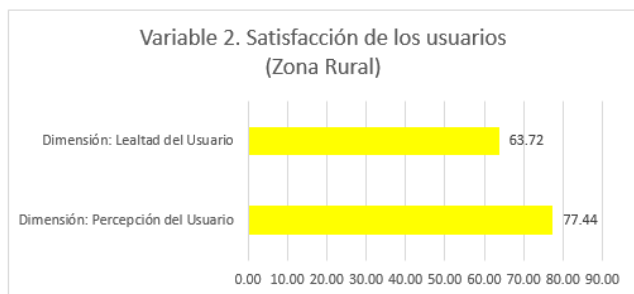
Análisis de criterio: Población

En este apartado analizaremos los resultados de calidad en el servicio y satisfacción al usuario que percibieron y recibieron los pacientes al acudir a la farmacia de la clínica Hospital Huejutla “Dr. Daniel Salazar Fernández” de acuerdo a la zona que pertenecían. En las siguientes graficas se muestran los resultados.



Gráfica 21. Calidad del servicio (Zona Rural).

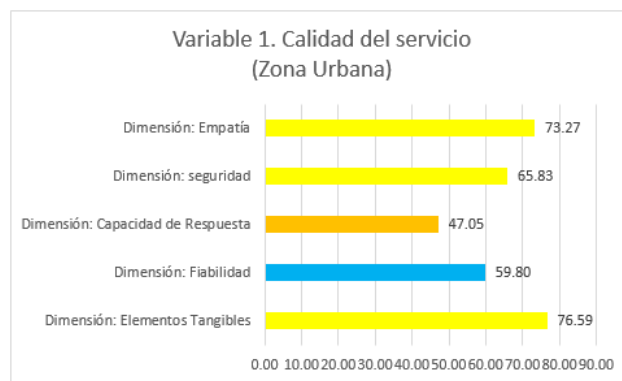
Podemos observar en la dimensión: elementos tangibles el resultado fue de 3.65, con un cumplimiento del 91.36%, en la dimensión: fiabilidad el resultado fue de 3.28% con un cumplimiento del 82.07%, en la dimensión: capacidad de respuesta el resultado fue de 2.39 con un cumplimiento del 59.96%, en la penúltima dimensión: seguridad el resultado arrojado fue de 3.2 alcanzando un cumplimiento del 80.03% y finalmente en dimensión: empatía el resultado fue de 3.24 con un cumplimientos del 88.72%.



Gráfica 22. Satisfacción de los usuarios (Zona Rural).

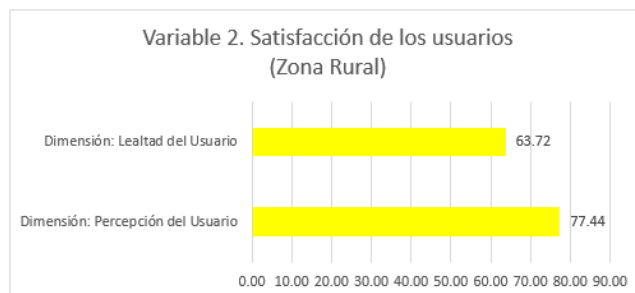
Como podemos observar en la presente gráfica, en la dimensión: lealtad del usuario se arrojó un resultado del

63.72% en cumplimiento y en la última dimensión: percepción del usuario el cumplimiento fue del 77.44%



Gráfica 23. Calidad del servicio (Zona Urbana).

Como se puede observar en la siguiente gráfica en la dimensión: empatía se obtuvo un cumplimiento del 73.27% en cumplimiento, en la dimensión: seguridad se obtiene un cumplimiento del 65.83%, en la tercera dimensión: capacidad de respuesta el cumplimiento fue de 47.05%, en la última dimensión que es fiabilidad se obtuvo un cumplimiento del 59.80% y como última dimensión el cumplimiento fue de 76.59%.



Gráfica 24. Satisfacción de los usuarios (zona Urbana).

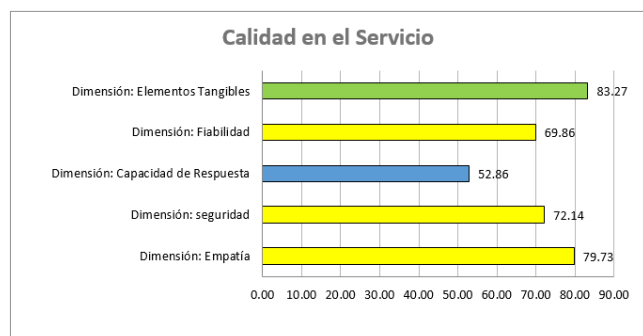
Se puede apreciar que en la presente gráfica se observa una ponderación de acuerdo a las siguientes dimensiones del 65.10% en cuanto a lealtad del usuario y como última dimensión el cumplimiento arrojado fue del 61.60%.

Remarcando el análisis de criterio de población podemos constatar que no se encuentra alguna fuente externa que brinde esta información que corresponda solamente entre la zona rural y urbana referente a este enfoque entre la calidad en el servicio y la satisfacción al usuario.

Análisis General

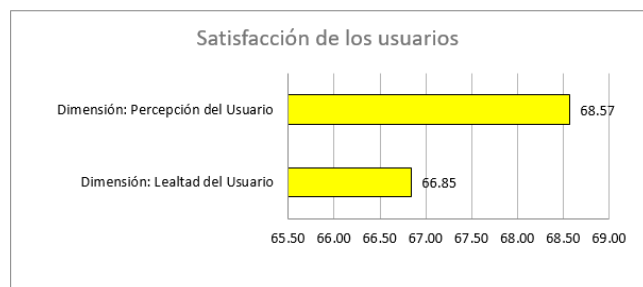
En el presente informe general se analizó toda la información que los usuarios dieron a conocer respecto a

su percepción en cuanto a la satisfacción y calidad del servicio brindado por la Clínica Hospital Huejutla “Dr. Daniel Salazar Fernández”. Los resultados se muestran en las siguientes gráficas.



Gráfica 25. Calidad en el servicio en general.

Podemos observar este es un resultado general de los usuarios que asisten a la clínica Hospital Huejutla “Dr. Daniel Salazar Fernández”, en la primera dimensión: elementos tangibles el cumplimiento fue de 83.27%, en la dimensión fiabilidad el cumplimiento fue de 69.86%, en la dimensión capacidad de respuesta el cumplimiento fue de 52.86%, en la dimensión seguridad el cumplimiento fue de 72.14% y por último en la dimensión empatía fue de un 79.73% de cumplimiento.



Gráfica 26. Satisfacción de los usuarios en general.

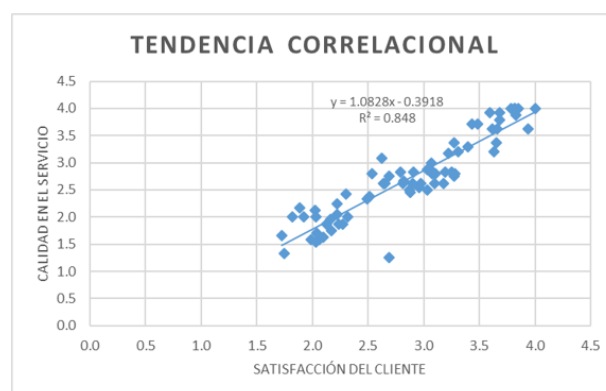
Como se puede observar en la dimensión: percepción del usuario los resultados fueron del 2.74% con un cumplimiento del 68.57%, en la dimensión: lealtad del usuario el resultado fue de 2.67% arrojando un cumplimiento del 66.85%.

Los resultados antes presentados indica en general de acuerdo a cada dimensión que tan buena fue en base a la percepción de los usuarios que asistieron en área de farmacia de la clínica Hospital Huejutla, partiendo desde la primer variable que es calidad en el servicio se desglosan las siguientes dimensiones en la primera que es elementos tangibles se obtuvo un cumplimiento del 83.27% con una excelente calificación, lo cual se recomienda mantenerla, en las dimensiones: fiabilidad,

seguridad, empatía se obtuvo una calificación muy buena, con una recomendación de mejorarla y por último en la dimensión capacidad de respuesta, la calificación fue buena recomendando controlarla, en la segunda variable que es satisfacción del usuario, las dimensiones: percepción del usuario y lealtad del usuario arroja una calificación muy buena llevando una acción de mejorarla.

Una vez realizado el análisis general de las dos variables del presente proyecto, Calidad en el Servicio y Satisfacción del cliente, se procede a determinar la correlación de estas dos variables, siendo el resultado el que a continuación se muestra: Coeficiente de correlación de Pearson = 0.92087169. Este valor corresponde a encontrar una correlación fuerte positiva entre las dos variables, es decir a mayor calificación en la calidad en el servicio de igual manera se obtendrá una calificación similar en la satisfacción del cliente.

A continuación, se muestra la gráfica resultante del análisis de correlación para ello se utilizó el software de Excel y en él se hizo esta simulación de tendencia correlacional.



Gráfica 27. Análisis correlacional entre la Calidad en el servicio y Satisfacción del cliente.

En la presente gráfica podemos observar la correlación que existe entre las dos variables que son calidad en el servicio y la satisfacción de cliente arrojando un resultado de Coeficiente de correlación de Pearson fuerte positiva, comprobando que si la calidad en el servicio es buena por lo tanto habrá una mejor satisfacción del cliente, esto quiere decir que si una variable aumenta por consiguiente la otra variable también aumentara.

La investigación realizada en la Clínica Hospital Huejutla “Dr. Daniel Salazar Fernández” revela importantes hallazgos sobre la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el área de farmacia, en cuanto al género: Las mujeres están más satisfechas con la calidad del servicio que los hombres, lo que sugiere la

necesidad de adecuar la atención a las expectativas específicas de cada género, así lo manifiestan diferentes autores entre ellos Alejandro Loli, quien destaca que el género femenino es quien se encuentra más satisfecho que el género masculino respecto a la satisfacción y calidad del servicio [13], opinión similar a los resultados obtenidos en ese rubro en el presente proyecto. En cuanto al criterio de edad: Los más jóvenes son más críticos en sus evaluaciones, mientras que los adultos mayores son más flexibles, lo que indica que las estrategias de atención deben ajustarse según la demografía, Eneque Arrunategui [14], ha comentado que los pacientes de 26 a 35 años tienen un 50% menos de probabilidad de estar satisfechos en comparación con los de 18 a 25 años, y los de 36 a 50 años presentan un 60% menos de satisfacción. En contraste, los usuarios en etapa de vejez muestran un grado de satisfacción del 77.34%, mientras que los adultos (36 a 50 años) alcanzan un 67.35%. Esto indica que, a pesar de la tendencia general de menor satisfacción en las edades intermedias, los usuarios mayores tienden a valorar más la calidad del servicio. De acuerdo al rubro de escolaridad: Las personas con más estudios tienden a ser más exigentes, lo que pone de manifiesto la importancia de la formación continua del personal en atención al cliente. En un estudio realizado por Subiyakto constató que las personas que poseen un alto o mejor grado de preparación en cuanto al estudio son las más exigentes al evaluar la calidad y satisfacción al usuario a diferencia de las que poseen un grado de estudio bajo o en definitiva de las que no poseen ningún grado de estudio [15], lo cual no existe mucha diferencia de comparación con el presente proyecto ya que los resultados fueron similares en cuanto al grado de estudio. En cuanto al criterio zona: Se observan diferencias significativas entre los usuarios de zonas rurales y urbanas, lo que sugiere la necesidad de enfoques igualitarios sin perder la atención digna para cada contexto.

Dando énfasis en lo siguiente, en las dimensiones de calidad: Las instalaciones (elementos tangibles) reciben buenas valoraciones, mientras que las dimensiones de fiabilidad, seguridad y empatía presentan oportunidades de mejora. También debe vigilarse la capacidad de respuesta para no hacer esperar más de lo normal a los usuarios.

Conclusión

El objetivo general y propósito de la presente investigación fue identificar la correlación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el

área de farmacia de la Clínica Hospital Huejutla “Dr. Daniel Salazar Fernández” a través del modelo SERVPERF acorde a la atención que brindan se les aplicó un cuestionario que evalúa la calidad por intermedio de cinco dimensiones, posee una escala de tipo Likert, que tiene como fin medir las expectativas que tiene los usuarios relacionada a la prestación de un servicio.

Los resultados arrojados fueron medidos y analizados estadísticamente por el método matemático de Pearson, obteniendo como resultado un valor del 0.92087169 interpretando dicho coeficiente, la correlación es fuerte positiva y significativa entre ambas variables.

Por consiguiente este estudio enmarca el potencial de medir y evaluar la calidad y satisfacción de los servicios públicos en este caso en la farmacia de la clínica Hospital Huejutla “Dr. Daniel Salazar Fernández” lo cual es imprescindible para su mejoramiento y priorizar la opinión de sus usuarios, por lo cual este modelo puede fomentar una gerencia pública apegada a mejores parámetros de calidad centrada en los paciente que hacen uso de este servicio y a la vez mejorar la legitimidad del gobierno haciendo ver que es un tema significativo y sensible para la sociedad y más si se trata de servicios a la salud.

Una vez finalizada la investigación sobre la existencia de una correlación entre los factores calidad en el servicio y satisfacción del cliente en el área de farmacia de la Clínica Hospital Huejutla, podemos concluir con lo siguiente:

- En referencia a género hemos podido constatar que el género femenino se encuentra más satisfecho con la calidad y satisfacción del servicio a diferencia que el género masculino percibiendo un menor grado de satisfacción.
- En cuanto a los rangos de edad los resultados arrojados en el presente trabajo evaluando la percepción de la satisfacción del usuario y la calidad en el servicio podemos constatar que los jóvenes son particularmente más minuciosos a la hora de evaluar y que los de edad adulta son flexibles con los parámetros en cuanto a las variables.
- Referente a grado de escolaridad los resultados arrojados indican que las personas que poseen un mayor grado de preparación en cuanto a su escolaridad son las más exigentes a la hora de evaluar la calidad en el servicio y la satisfacción del usuario a diferencia de las que no cuentan con algún grado de preparación o tiene un estudio bajo.

- En el criterio de zona los resultados arrojados fueron los siguientes y se puede apreciar que existe una gran diferencia entre la zona rural y la zona urbana, esto quiere decir que los usuarios pertenecientes de una zona rural tienden a calificar la atención como buena a diferencia de los usuarios pertenecientes de una zona urbana. Siendo este criterio una aportación muy importante en cuanto a este tipo de enfoque ya que no se encuentra como tal una descripción específica de dichas zonas en la literatura.

- Los resultados arrojados en general por cada dimensión constatada por la percepción de los derechohabientes de la clínica Hospital Huejutla “Dr. Daniel Salazar Fernández” en este caso siendo los usuarios, partiendo desde la primer variable que es calidad en el servicio se desglosan las siguientes dimensiones en la primera que es elementos tangibles se obtuvo una excelente calificación, lo cual se recomienda mantenerla, en las dimensiones, fiabilidad, seguridad, empatía se obtuvo una calificación muy buena, con una recomendación de mejorarla y por último en la dimensión capacidad de respuesta, la calificación fue buena tomando una acción de controlarla, en la segunda variable que es satisfacción del usuario, las dimensiones: percepción del usuario y lealtad del usuario arrojan una calificación muy buena llevando una acción de mejorarla.

Constatando la hipótesis de este proyecto de investigación, pudimos comprobar que a mejor calidad en el servicio mejor satisfacción al usuario ya que si una variable tiende a subir, la otra variable también lo hará ya que se complementan entre sí.

Referencias

- [1] García A. Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos*. 2016;18(3):381–398.
- [2] López Salas S. Atención al cliente, consumidor y usuario. Madrid: Ediciones Paraninfo; 2020.
- [3] Cueva Quiroz E, Yance Garcia L. Calidad de atención y satisfacción de los usuarios en los establecimientos farmacéuticos de la Urbanización Los Pinos, San Juan de Lurigancho, agosto-setiembre 2021. 2022.
- [4] Mendoza Arenas ST. Representaciones mentales del rol de las droguerías en la resolución de problemas de salud. 2020.
- [5] Hualpa Ccanto N, Gomez Coronel YP. Calidad de atención y satisfacción de los usuarios en una farmacia del distrito de El Tambo, Huancayo, en el año 2023. 2024.
- [6] Rodríguez Armas NS. La calidad del servicio y la satisfacción del cliente en las farmacias de la ciudad de Paján [tesis de licenciatura]. Jipijapa: UNESUM; 2024.
- [7] Huaracallo Idme Y. Gestión de calidad como factor relevante de la atención al cliente en la MYPE restaurante El Anticuchero del sector servicio de la ciudad de Juliaca 2020. 2022.
- [8] Mendieta Franco LC. Nivel de satisfacción del usuario del servicio de farmacia del Centro de Salud Melvin Jones, distrito El Porvenir, junio 2020 [tesis]. Universidad César Vallejo; 2020.
- [9] Choez FNZ, Moreira EMV. La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios, Ecuador. *Dominio de las Ciencias*. 2020;6(3):264–281.
- [10] Calvo J. Viaje al futuro de la empresa: cómo competir en la era del liderazgo moonshot y las organizaciones exponenciales. Barcelona: Libros de Cabecera; 2020.
- [11] López JVG. Fundamentos de atención al cliente. Editorial Elearning; 2020.
- [12] Mora Guzmán CM. Modelo de gestión de calidad para la atención al cliente en empresas de servicios [tesis de maestría]. Pontificia Universidad Católica del Ecuador; 2023.
- [13] Pineda AEL, del Carpio J, Cuba E, Vergara A, Morales SP, Flores M, et al. La satisfacción y la calidad de servicio en organizaciones públicas y privadas de Lima Metropolitana. *Rev Investig Psicol*. 2013;16(1):171–190.
- [14] Arrunategui E, Eugenio G. Calidad del servicio farmacéutico y la satisfacción del paciente del área de farmacia, Centro de Salud El Obrero, Sullana. 2022.
- [15] Luna Espinoza I, Torres Frago J. Análisis de la calidad de servicios públicos de salud con el modelo SERVPERF: un caso en el Istmo de Tehuantepec. *Contaduría y Administración*. 2022;67(1):90–118.