

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Administración y Sistemas



TESIS
SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN DE MEDICAMENTOS Y LA
CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA DIMEXA,
HUANCAYO - 2022

Para optar : El Título Profesional de Licenciada en
Administración

Autor : Bach. Marjorie Miriam Fuero Jurado

Asesor : Mg. Miguel Anibal Cerron Aliaga

Línea de Investigación : Ciencias empresariales y gestión de los
Institucional recursos.

Fecha de inicio y culminación : 26/05/2022 – 25/05/2023

Huancayo – Perú

2022

Hoja de aprobación de jurados
UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

TESIS:

**SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN DE MEDICAMENTOS Y LA CALIDAD DE
SERVICIO EN LA EMPRESA DIMEXA, HUANCAYO - 2022**

PRESENTADO POR:

Bach. Fuero Jurado, Marjorie Miriam

PARA OPTAR EL TITULO DE:

Licenciado en Administración

Escuela Profesional de Administración y Sistemas

Aprobada por los siguientes jurados:

DECANO : DR. VASQUEZ VASQUEZ WILBER GONZALO

PRIMER MIEMBRO : MG. YULIANA VARGAS ARISTE

SEGUNDO MIEMBRO : Mtra. AMANDA LUZMILA GÓMEZ CHÁVE

TERCER MIEMBRO : Ms. Adm. NEIL ALVIN RODRIGUEZ ROJAS

Huancayo ____ de _____ del 2023

**SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN DE MEDICAMENTOS Y
LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA DIMEXA,
HUANCAYO - 2022**

Asesor:

Mg. Miguel Anibal Cerron Aliaga

Dedicatoria

Doy gracias a Dios por iluminarme y darme la paciencia para cumplir este deseo.

Con amor incondicional, agradezco a mis padres por cada lección de vida que contribuyeron al desarrollo de esta investigación; de igual manera a mis hermanos, familiares y amigos por su apoyo.

Marjorie

Agradecimiento

Un agradecimiento a las autoridades de la Universidad Peruana Los Andes y en particular a la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, por su apoyo incondicional.

Agradecer a todos los docentes, que han aportado con sus conocimientos a formarnos como profesionales.

Un agradecimiento muy especial a los socios de Dimexa, por su apoyo en el desarrollo de la investigación.

La autora

CONSTANCIA DE SIMILITUD

N ° 0129 - FCAC -2024

La Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones, hace constar mediante la presente, que la **Tesis**, Titulada:

SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN DE MEDICAMENTOS Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA DIMEXA, HUANCAYO - 2022

Con la siguiente información:

Con Autor(es) : **BACH. FUERO JURADO MARJORIE MIRIAM**

Facultad : **CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

Escuela Académica : **ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS**

Asesor(a) : **MG. CERRON ALIAGA MIGUEL ANIBAL**

Fue analizado con fecha **05/03/2024**; con **134 págs.**; en el software de prevención de plagio (Turnitin); y con la siguiente configuración:

Excluye Bibliografía.

Excluye citas.

Excluye Cadenas hasta 20 palabras.

Otro criterio (especificar)

X
X

El documento presenta un porcentaje de similitud de **30 %**.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N°11 del Reglamento de uso de Software de Prevención. Se declara, que el trabajo de investigación: **Si contiene un porcentaje aceptable de similitud.**

Observaciones:

En señal de conformidad y verificación se firma y sella la presente constancia.

Huancayo, 05 de marzo de 2024.



MTRA. LIZET DORIELA MANTARI MINCAMI
JEFA

Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones

Contenido

Asesor:	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento	vi
Contenido	vii
Contenido de tablas	x
Contenido de gráficos	xi
Resumen	xii
Abstract.....	xiii
Introducción.....	xiv
CÁPITULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	16
1.2. Delimitación del problema.....	20
1.3. Formulación del problema	21
1.3.1. <i>Problema General</i>	21
1.3.2. <i>Problemas Específicos</i>	21
1.4. Justificación	21
1.4.1. <i>Social</i>	21
1.4.2. <i>Teórica</i>	22
1.4.3. <i>Metodológica</i>	22
1.5. Objetivos.....	22
1.5.1. <i>Objetivo General</i>	22
1.5.2. <i>Objetivos Específicos</i>	23
CÁPITULO II MARCO TEORICO.....	24
2.1. Antecedentes	24

2.2. Bases Teóricas o Científicas	33
2.3. Marco Conceptual.....	50
CÁPITULO III HIPOTESIS	54
3.1. Hipótesis General.....	54
3.2. Hipótesis Específicas	54
3.3. Variables (definición conceptual y operacionalización).....	54
CÁPITULO IV METODOLOGÍA.....	57
4.1. Método de Investigación.....	57
4.2. Tipo de Investigación.....	57
4.3. Nivel de Investigación	58
4.4. Diseño de la Investigación	58
4.5. Población y muestra.....	59
4.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	61
4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	69
4.8. Aspectos éticos de la Investigación	69
CAPITULO V RESULTADOS	70
5.1. Descripción de los resultados	70
5.2. Contraste de hipótesis	78
ANALISIS Y DISCUSION DE RESULTADOS	84
CONCLUSIONES.....	91
RECOMENDACIONES	93
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	94
Anexos.....	101
Matriz de consistencia	102
Matriz de operacionalización de variables	103

Matriz de operacionalización del instrumento.....	104
Cuestionario.....	106
Validaciones de los expertos	108
Consentimiento informado	117
Evidencias fotográficas.....	118
Base de datos	120
Marco muestral.....	133

Contenido de tablas

Tabla 1: <i>Operacionalización de las variables</i>	55
Tabla 2: <i>Población y muestra</i>	61
Tabla 3: <i>Opinión técnica de expertos</i>	67
Tabla 4: <i>Confiabilidad del cuestionario sistema de distribución</i>	68
Tabla 5: <i>Confiabilidad del cuestionario calidad de servicio</i>	68
Tabla 6: <i>Resultado dimensión Sistema de distribución</i>	70
Tabla 7: <i>Resumen de dimensión optimización</i>	71
Tabla 8: <i>Resultado dimensión colaboración</i>	72
Tabla 9: <i>Resultado de la dimensión sincronización</i>	73
Tabla 10: <i>Resultado variable calidad de servicio</i>	74
Tabla 11: <i>Resultados dimensión calidad interactiva</i>	75
Tabla 12: <i>Resultados de la dimensión calidad corporativa</i>	76
Tabla 13: <i>Resultados de la dimensión calidad tecnico física</i>	77
Tabla 14: <i>Correlación entre sistema de distribución y calidad de servicio</i>	79
Tabla 15 <i>Tabla de valoración de Pearson</i>	79
Tabla 16: <i>Correlación entre optimización y calidad de servicio</i>	80
Tabla 17: <i>Tabla de valoración de Pearson</i>	81
Tabla 18: <i>Correlación entre colaboración y calidad de servicio</i>	82
Tabla 19: <i>Correlación entre sincronización y calidad de servicio</i>	83
Tabla 20: <i>Tabla de valoración de Pearson</i>	83

Contenido de gráficos

Grafico 1 <i>Resultados de la variable sistema de distribución</i>	70
Grafico 2 <i>Resultados de la dimensión optimización</i>	71
Grafico 3: <i>Resultados de la dimensión colaboración</i>	72
Grafico 4: <i>Resultados de la dimensión sincronización</i>	73
Grafico 5: <i>Resultados de la variable calidad de servicio</i>	74
Grafico 6: <i>Resultados de la dimensión calidad interactiva</i>	75
Grafico 7: <i>Resultados de la dimensión calidad corporativa</i>	76
Grafico 8: <i>Resultados de la dimensión calidad tecnico fisica</i>	77

Resumen

Este estudio se realizó en una compañía distribuidora de medicamentos de la ciudad de Huancayo, donde se pudo reconocer problemáticas que permitieron afirmar lo siguiente: que relación existe entre el sistema de distribución de medicamentos y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo - 2022?, dado que cada organización de distribución se preocupa por la calidad de los servicios a los clientes, se consideró necesario realizar un estudio para medir el nivel de relación entre la distribución de medicamentos y la calidad del servicio, para lo cual se formuló el objetivo: Determinar la relación entre el sistema de distribución y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022. La investigación se realizó desde un enfoque cuantitativo, desde el punto de vista del método científico, nivel correlacional y no experimental de corte transversal. diseño; se utilizó el cuestionario y la técnica de investigación para poder recolectar la información adecuada de la muestra establecida y utilizando la prueba estadística Rho de Spearman y con el software SPSS en su versión 25 se logró alcanzar un nivel de significación igual a 0,000 entre la distribución de medicamentos y la calidad del servicio, lo que permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa, se encontró una correlación de Spearman igual a 0,822**, que teniendo en cuenta la relación de nivel basada en el Spearman escala, alcanza un alto valor de correlación positiva.

Palabras claves: Distribución de medicamentos, Calidad de Servicio, Clientes.

Abstrac

The investigation was carried out in a drug distribution company in the city of Huancayo, where it was possible to recognize problems that allowed us to affirm the following: what relationship exists between the drug distribution system and the quality of service in the company Dimexa, Huancayo - 2022?, given that each distribution organization is concerned about the quality of services to customers, it was considered necessary to carry out a study to measure the level of relationship between the distribution medicines and quality of service, whose objective was formulated: Determine the relationship between the distribution system and the quality of service in the company Dimexa, Huancayo - 2022. The research was carried out from a quantitative approach , from the point of view of the cross-correlational and non-experimental scientific method. sectional level. design; The questionnaire and the research technique were used to be able to collect the appropriate information from the established sample and by using the Spearman's Rho statistical test and with the SPSS software in its version 25, it was possible to reach a level of significance equal to 0.000 between the distribution of drugs and the quality of service, which allowed us to reject the null hypothesis and accept the alternative hypothesis, a Spearman correlation equal to 0.822** was found, which , considering the level relationship based on the Spearman scale, reaches a high value of positive correlation.

Keywords: Drug distribution, Quality of Service, Clients.

Introducción

Este estudio tiene como finalidad determinar la relación entre los sistemas de distribución de medicamentos y la calidad de servicio en la empresa Dimexa en la ciudad de Huancayo año 2022, debido a que se observan en muchos casos que no llega a tiempo o existen deficiencias en el proceso de distribución de los medicamentos hacia los clientes de Dimexa en esta ciudad, por tanto, se puede inferir que la calidad de servicio es regular.

El procedimiento de dispensación de fármacos de un distribuidor es importante para mantener contentos a los regentes de farmacias y dispensarios, y es crucial debido a la intensa competencia que existe en el mercado de medicamentos. Una vez detectadas las deficiencias del sistema de distribución, se propondrán alternativas de solución a las diversas quejas de los usuarios y de esta manera se logrará la máxima satisfacción deseada, para lo cual se ha planteado el problema: ¿Qué relación existe entre el sistema de distribución y el sistema de medicamentos? y calidad de servicio en la empresa Dimexa, ¿Huancayo - 2022?

Todos los análisis se basan en cuestiones metodológicas como enfoque cuantitativo, tipo aplicado, nivel de correlación y diseño no experimental y transaccional; la población es el universo provincial de clientes distribuidores de drogas y se determinó a partir de una muestra no probabilística; Con un número de 165 consumidores, la investigación se desarrolló de acuerdo a la organización establecida por la institución universitaria y se procede de la siguiente manera:

Capítulo I, El análisis de la realidad problemática, la formulación del problema y el planteamiento de los objetivos.

En el Capítulo II, se ha identificado y analizado el marco teórico que planteo para tratar primero el contexto de la investigación, los fundamentos teóricos de cada una de las variables de estudio.

En el capítulo III, se ha desarrollado el planteamiento de hipótesis generales y específicas, además de operacionalizar las variables según la definición conceptual y operacional.

El Capítulo IV, desarrolla el análisis y determinación de los aspectos metodológicos a partir del método, tipo, nivel y diseño; Además de desarrollar procesos de análisis de población, muestreo y recolección de datos.

Capítulo V, Se ha desarrollado el análisis de los resultados, la prueba de hipótesis a partir de la estadística inferencial.

Finalmente, se consideró la discusión de los resultados, conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos correspondientes.

Capítulo I

Planteamiento del Problema

1.1. Descripción de la realidad problemática

Durante la primera mitad del siglo XX, con las dos guerras mundiales, la etapa de entreguerras destacado por la caída de la bolsa de valores de Wall Street y la Gran Depresión, tuvo un impacto en la producción de las empresas al caer drásticamente el consumo y arrastrar a la baja. bajan los precios Los empresarios de todo el mundo han descubierto una realidad muy incómoda. Sus ricos y prósperos mercados han desaparecido; fueron reducidos en el mejor de los casos. Por eso utilizaron instrumentos, técnicas, planes para vender sus artículos. Para aumentar las ventas, encontraron necesario contratar y capacitar a los empleados, cuyo trabajo sería visitar el mercado, todos los clientes potenciales y publicitar sus productos. En América Latina, los negocios han cambiado drásticamente en los últimos 20 años. Hoy en día, las compañías que se disputan en los mercados globales están equipadas con sistemas logísticos donde los clientes exigen un servicio de 2 horas. Estos cambios en el entorno empresarial han aumentado las responsabilidades de los proveedores, de ahí su importancia para el éxito empresarial. En el Perú han surgido empresas comerciales, industriales y manufactureras a partir de la venta de sus productos/mercancías.

La regulación estatal y las condiciones tecnológicas y de demanda en el mercado de las drogas configuran tanto la estructura de la cadena de valor farmacéutica como el comportamiento estratégico de cada uno de los actores participantes con sus pares e interlocutores aguas arriba y aguas abajo. En consecuencia, esta interacción establece, por un lado, los resultados en salud del modelo de cadena de suministro utilizado (acceso, precios y cantidades vendidas) y, por otro lado, la forma de distribución de costos y utilidades de la operación sectorial, que es, como en cualquier otro sector, sujeto a un

proceso de licitación distributiva que indica las facultades contractuales relativas de” las partes.

Hay casos de distribución de drogas en Europa y América, de los que surgen dos modelos claros: el modelo de equidad tradicional (compra de inversión) y el modelo logístico (más reciente, aplicado en los Estados Unidos, partes de Europa y América del Sur) de distribución pura, o cargo por el servicio, denominados en Perú respectivamente compra venta y entrega por operador logístico. Ambos modelos se evalúan comparativamente a la luz de la teoría económica.

El tránsito de medicamentos desde los sitios de fabricación de las compañías farmacéuticas hasta los consumidores, como en la mayoría de las demás industrias, involucra una variedad de mecanismos intermedios. Con el tiempo, estos mecanismos se vuelven más complejos, junto con el aumento en la variedad y tamaño de los productos que ofrece la industria, lo que requiere una mayor profesionalización y diversificación de la estructura de sucursales.

Según Polypal (2021) por la singularidad de sus artículos, la logística farmacéutica es más complicada a comparación de otros rubros. La rigurosa inspección de la temperatura durante el traslado y acopamiento de algunos fármacos, el estricto cumplimiento de las fechas de entrega, la prevención de ausencia de mercancía, la obligación de responder a contratiempos y alertas sanitarias o el resguardo frente a robos y falsificaciones, son varios de los retos a los que se encara la logística de medicamentos.

Asimismo, los retos inherentes al sector, los eventos derivados del Covid-19 crean aún más los inconvenientes para la logística sanitaria. Inicialmente en la pandemia, el sector experimentó problemas de abastecimiento. Actualmente se enfrentan a asuntos

como el traslado y acopamiento de vacunas, así como el incremento de la demanda farmacéuticas en el canal virtual.

Actualmente, las grandes distribuidoras de productos farmacéuticos en el territorio nacional no cumplen con las expectativas deseadas de sus clientes y en algunos casos esto repercute en la población, especialmente en estos tiempos de pandemia del Covid-19.

La manufactura farmacéutica estatal constituye una parte de gran importancia en la economía peruana, por su intervención en el PBI manufacturero, su aporte a la generación de puestos de trabajo y la restauración de divisas. La manufactura está creciendo un 2% y un 3% durante el período de 2019 a US\$2200 millones, lo que se sustenta en la demanda de medicamentos en general, antibióticos como la azitromicina, la ivermectina, los corticosteroides entre otros medicamentos asociados a la vida enfermedades respiratorias (ADIFAN, 2020). El recibimiento y acopamiento de medicamentos están ligados a la preservación de la calidad del fármaco desde su admisión, estancia en farmacias y repartición al paciente en óptimas condiciones para su posterior uso; Por lo tanto, en el acopamiento se debe considerar revisar los envases y empaques antes de ser acopiados y la temperatura debe ser la más óptima para asegurar la seguridad de los fármacos (Cortijo & Castillo, 2011).

Además, hoy en día, la dirección y comprobación de los registros se ha convertido en uno de los pilares de las empresas, ya que la alternancia de ítems es una fuente inmediata de generación de caja; Dentro de las compañías mercantiles, el problema más representativo es el nulo control de los registros y esto provoca varios impedimentos (Juca, Narváez, Erazo y Kleber, 2019).

Por tanto, la variable más predominante, que reúnen los motivos fundamentales de la mala índole del servicio deseado, es el sistema de repartición de medicamentos, ya

que se conoce que una distribuidora tiene muchas áreas o divisiones debido a la gama de servicios y/o productos que ofrece. . . proporciona., hablando no únicamente de los procedimientos utilizados para la atención de la salud en general, así como de los procedimientos utilizados en la gestión del servicio brindado. Así por consecuencia de la pregunta anterior, lo más adecuado es tener una comunicación eficiente entre la empresa proveedora (distribuidora) y sus clientes (farmacias y droguerías y similares).

Según Mora (2011), para lograr este acercamiento con el usuario se debería empezar por identificar que causas influyen en la complacencia del cliente. No obstante, podrían ser identificados y recolectados con el propósito de poder brindar servicios que tengan como objetivo satisfacer las necesidades del usuario y la calidad del servicio prestado.

El proceso de entrega del pedido hace referencia a todas las gestiones logísticas que realiza una empresa desde que el usuario adquiere el producto y requiere que se le envíe a su residencia o a un lugar de entrega. De modo que, este desarrollo involucre los procedimientos logísticos de despacho de existencias, traslado de carga, programación de rutas y otros indispensables para asegurar que el artículo llegue a su objetivo final, por lo tanto, entregamos a tiempo y en los términos prometidos a nuestros usuarios.

Por otra parte, según Valdez (2013) la logística de distribución incluye la programación, ejecución y controlar el flujo de materiales y artículos concluidos en su lugar de procedencia hasta el lugar de uso final, con la complacencia de las exigencias de los consumidores y la rentabilidad personal.

En el contexto del transporte de repartición, es fundamental definir la clase de procedimiento idóneo para la carga, cuidando de desglosar los pedidos de la forma más independiente posible, componente que asegura una individualización en los

procedimientos de entrega, así como una estructura de acuerdo a las necesidades particulares de cada cliente. Parte fundamental de esta actividad son las operaciones de carga y descarga, trabajos en el interior de los almacenes donde se investiga el máximo nivel de mecanización para no provocar intromisiones en las operaciones de distribución.

Meneu (2018) cree para que los beneficios de los productos de la industria farmacéutica lleguen a los pacientes, debe haber medios de repartición idóneos. La repartición de fármacos, o específicamente la repartición y distribución de fármacos, participa en su cadena de valor a través de dos modelos de acciones. Primero, los de cualquier procedimiento de distribución -comercio, financiamiento, logística de carga, almacenaje, asistencia, entre otros. Por otro lado, los genuinamente sanitarios, los incluidos en la denominación dispensación, que específicamente se albergan a una costumbre profesional concreta.

En este marco, este estudio de investigación se realizó en una compañía del sector farmacéutico, localizada en la ciudad de Huancayo, parte de una red de distribución de medicamentos en el Perú; Dimexa S.A. compañía especializada en la venta de fármacos y artículos de higiene. En la actualidad la compañía no posee una idónea trazabilidad de inventarios, por una ejecución incorrecta de registros de entradas y salidas en el sistema, dado que en determinadas oportunidades los medicamentos son vendidos antes de ser registrados y almacenados. Asimismo, se tienen desigualdades en el inventario que tiene la compañía y esto produce una pérdida de usuarios porque la empresa no tiene los fármacos que están solicitando actualmente. Además, los productos no están colocados correctamente, lo que genera demoras en el servicio al cliente.

En los procedimientos de distribución existe incertidumbre en la gestión y entrega de los envíos, retrasos en la recogida y/o entrega de mercancías; fallas operativas en la

red de transporte; tráfico no planificado y/o congestión vehicular; los cambios de ruta de implementación no planificados y más son problemas de emergencia que pueden ocurrir en algunos casos. Dimexa no escapa a esto, ya que atraviesa algunas de estas contingencias mencionadas y por lo tanto impacta a los clientes y muchas veces forma una cadena ya que la población y los pacientes necesitados de medicamentos expresan su insatisfacción.

1.2. Delimitación del Problema

1.2.1. Delimitación Espacial

El presente trabajo se desarrolló en la organización Dimexa, en su división de negocios de salud, en la sede de la ciudad de Huancayo que se única en el jr. Ica N° 1189, ciudad de Huancayo.

El de 26 de mayo de 1989, se crea el emprendimiento: Distribuciones, Importaciones, Exportaciones Arequipa S.R.L., hoy DIMEXA S.A.

La distribuidora de farmacos, dispositivos médicos y productos de consumo masivo comenzó con la venta de dispositivos médicos a hospitales y clínicas en la ciudad de Arequipa. En 1993, con Dimexa en incremento con su división farmacéutica, inicia sus operaciones en la distribución de productos de consumo masivo debido a la demanda que existía en el sur del país; y en los años siguientes, la empresa mantuvo un crecimiento estable hasta que el 2005 decidió expandirse al mercado nacional, comenzando por Lima y al año siguiente a Tacna.

La meta era clara, el equipo de Dimexa no pararía hasta llevar Bienestar y Confianza a todos los rincones del Perú, así que la creación de las sedes de Huancayo y Trujillo en el 2012 y 2016 respectivamente eran un paso importante en esta misión. Es

entonces cuando, debido a la naturaleza del negocio y para facilitar las operaciones, que Dimexa decide movilizar la Sede Principal de Arequipa a Lima.

SISTEMA COMERCIAL

División Salud

Nuestra división salud cuenta con asesores altamente especializados en la comercialización de productos farmacéuticos y dispositivos médicos. Contamos con 04 sedes ubicadas en las ciudades de Lima, Trujillo, Arequipa y Huancayo que nos permiten proveer cobertura estratégica y una distribución eficiente a las farmacias, boticas, cadenas de farmacias, droguerías y clínicas a nivel nacional.

División Cuidado Personal

La división de cuidado personal se enfoca en la comercialización de productos OTC, y productos de cuidado e higiene personal. Nuestros asesores cuentan con herramientas comerciales desarrolladas para facilitar la información y desarrollar estas categorías en el punto de venta, complementando la oferta de valor dirigida hacia farmacias, boticas, droguerías y perfumerías a nivel nacional.

División Consumo

Nuestra División De Consumo Masivo Cuenta Con 02 Sedes Ubicadas En Las Ciudades De Arequipa Y Tacna. Contamos Con Procesos De Distribución Eficientes Que Nos Permiten Abastecer A Más De 20,000 Clientes, Atendiendo Sus Pedidos En Menos De 24 Horas En Ciudad.

División Instituciones

Nuestra división Instituciones atiende al sector público y privado, contamos con una estrategia que nos permite dirigir actividades orientadas a la promoción de oportunidades de negocios a través de un equipo de ejecutivos especializados en brindar soporte administrativo directo y una oferta de valor competitiva en productos de alta calidad.

1.2.2. Delimitación temporal

Este estudio esta determinado a ejecutarse en el año 2022, desde el mes de febrero a mayo recopilando datos y aplicando los instrumentos respectivos.

1.2.3 Delimitación Conceptual o temática

La investigación se enfocó en establecer la relación entre las dos variables; sistema de distribución y calidad de servicio.

Según Valdez (2013) la logística de distribución incluye la programación, ejecución y controlar el flujo de materiales y artículos concluidos en su lugar de procedencia hasta el lugar de uso final, con la complacencia de las exigencias de los consumidores y la rentabilidad personal.

La calidad de servicio según Kotler (2011) es una ocupación o servicio que se ofrece a la otra parte; es en esencia incorpóreo y este no representa un origen a la titularidad de ninguna cosa. Su fabricación podría estar vinculada o desvinculada de un artículo concreto.

Luego de ello nos enfocaremos a proponer las mejoras en el sistema” de distribución.

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Problema General

¿Qué relación existe entre el sistema de distribución de medicamentos y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022?

1.3.2. Problema Específicos

PE1 ¿Cuál es la relación entre la optimización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022?

PE2 ¿Cuál es la relación entre la colaboración y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022?

PE3 ¿Cuál es la relación entre la sincronización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022?

1.4. Justificación

1.4.1. Social

La investigación contribuirá a conocer la relación entre la calidad de servicio mediante la atención en la distribución a los clientes mediante entregas confiables y oportunas de los medicamentos solicitados. La metodología planteada por Grönroos, contribuirá a proponer mejoras en la calidad del servicio, no solamente para la compañía Dimexa, sino también a empresas del mismo giro. Lo más rescatable al contar las clínicas, hospitales, farmacias y boticas con sus pedidos a tiempo, sus clientes de ellos; pacientes y otros serán atendidos a tiempo. Este estudio servirá de referencia y motivación para estudios similares.

1.4.2 Teórica

La teoría de la planificación y gestión de la calidad del servicio serán de gran utilidad para poder relacionar ambas variables con sus respectivas dimensiones y comprobar que la teoría si funciona en la práctica, con las propuestas de mejora para la empresa Dimexa.

1.4.3. Metodológica

En el plano de la metodología se empleó como metodología general el método científico y el método hipotético deductivo, el tipo básico de nivel correlacional y el plan no experimental, transversal o transeccional, ya que busca conocer cómo es el sistema de distribución y calidad. vinculado al servicio de la empresa Dimexa.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Establecer la relación entre el sistema de distribución de medicamentos y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022.

1.5.2. Objetivos específicos

OE1 Establecer la relación ente la optimización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022.

OE2 Identificar la relación entre la colaboración y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022.

OE3 Identificar la relación entre la sincronización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022,

Capítulo II

Marco Teórico

2.1. Antecedentes

2.1.1 Antecedentes nacionales

Entre los estudios realizados a nivel nacional destaca el estudio de Caballero (2018) en una tesina denominada Procedimientos de logística y despacho de fármacos en las boticas del Hospital Psiquiátrico Honorio Delgado-Hideyo Noguchi, que tuvo por finalidad establecer la interacción entre dos variables, un enfoque cuantitativo, un estudio correlacional detallado y un diseño transversal no empírico utilizando un método de encuesta con una muestra de 50 asistentes a la organización, dando como resultado que el 74% de los asistentes a la organización señalan lo siguiente, la logística y despacho de la farmacia tiene a la negatividad. Mostrando correlación y significación ($Rho=0,896^{**}$, signo (bilateral)=0,000; $p\leq 0,05$). Obteniendo como resultado que entre los retos existe una profunda interacción. En base a esto, se puede afirmar que este estudio.

Del mismo modo, Cárdenas (2018), en su estudio titulada Distribución de fármacos relacionando el cumplimiento del paciente en el Salón de Salud de Primera Clase Pachacutec, Cajamarca. El objetivo fue analizar la interacción entre los intercambiadores, con una perspectiva cuantitativo y un diseño transversal no empírico, con una muestra de 369, para lo cual se utilizó como método la investigación. En consecuencia, existe una interacción significativa entre estas diferentes pruebas, de tal forma que se obtiene una correlación de 0,882, lo que demuestra que la correlación es alta. Se concluye que se obtiene una relación entre la administración del fármaco y el cumplimiento del paciente,

ya que se ha obtenido la correlación de Spearman ($Rho=0,882^*$, MR (dos colas) $=0,001$; $p\leq 0,05$).

De la misma manera Napán (2018), en la investigación, estudió los procesos logísticos y la satisfacción del cliente interno en el INSS. Su propósito fue establecer el impacto existente en los servicios de logística y la cobertura de la satisfacción del cliente, su abordaje fue cuantitativo, con un diseño descriptivo correlacional no experimental. El tamaño de la muestra fue de 120 empleados. La conclusión de la herramienta chi cuadrado de 38,739 donde $0,000 < \alpha < 0,01$ define que existen diferencias significativas entre los agentes influyentes en la percepción de los clientes del servicio. Se concluye así que los procedimientos de logística influyen significativamente en la satisfacción del cliente y que es necesario mejorarlos para alcanzar la satisfacción deseada.

Vásquez, S. (2020) En su trabajo de titulación para obtener el grado de profesor, el propósito del estudio fue determinar la vinculación entre la administración de suministros y la asignación de suministros y fármacos en el Complejo Hospitalario Regional Guillermo Díaz de la Vega. Se utilizó un diseño no experimental de tipo correlacional. El universo de estudio fue de 17 empleados del servicio de farmacéutica del mencionado centro Regional. Se utilizó un cuestionario como herramienta para este estudio. En los materiales de estudio obtenidos, se verificó que hay una alta correlación entre la gestión de insumos y fármacos; asimismo, el examen indica que la gerencia de insumos se encuentra en un buen nivel, en tanto que la dispensación de suministros y fármacos presenta buenos resultados. Se puede concluir que hay una relación elevada y considerable con un índice de correlación de Pearson de (0,878), lo que significa que la distribución de insumos y medicamentos influye en la gestión de los insumos.

Luis (2019) En su tesis se propuso determinar la relación existente en la evaluación de la calidad de los cuidados de la prestación farmacéutica y el periodo de

permanencia en el puesto de atención de Ganimedes, San Juan de Lurigancho, 2018. Para esta intervención se empleó un diseño transversal, no experimental y de análisis descriptivo correlacional. La captación de la población se realizó a través de un cuestionario Serqual con escala de Likert y una planilla de registración de espera. La población de la investigación fue de 108 pacientes del centro de salud de Ganimedes. La verificación experimental de confiabilidad del instrumento "Calidad de la prestación farmacéutica" arrojó un alfa de Crobach = 0,718 y n=18, siendo aceptable. Los datos recabados indicaron que el 51,9% percibe la calidad del servicio como media y el 26,9% como alta, y se observó que el 80,6% (0-10 minutos) percibe el tiempo de espera en la fábrica de Cheers Ganímedes como bajo. Se concluyó que existe una correspondencia existente sobre la percepción de la atención médica y el plazo de espera del cliente, con valores de Rho de Spearman de 0,550 y $p < 0,05$.

Cárdenas (2018) En su investigación, el objetivo fue realizar un análisis de la difusión de medicamentos y su nivel de abastecimiento en los centros de salud I-4 de la zona Cajamarca - 2018. El estudio se sustentó en la opinión de todos los farmacéuticos de los centros de salud I-4 que conforman la red Cajamarca. El trabajo fue del orden cuantitativo correlacional, ya que fueron detalladas las características de la muestra recolectada, la misma que se obtuvo de un total de 13 boticas ubicadas en el centro de Saúl; As Se aplicó el instrumento de recolección para conocer la forma de disposición y dispensación existente en las oficinas de venta de productos médicos y afines en las farmacias que conforman la red Cajamarca. El cuadro 1, que mide el nivel de dispensación, mostró que el 15,4% es insuficiente, el 53,8% regular y el 30,8% adecuada. El cuadro 2, donde se evalúa el grado de abastecimiento, arrojó un promedio de 53,8% y un incremento de 46,2%, lo que indica que el nivel de distribución es muy regular, con

una oferta promedio de medicamentos que llega a los establecimientos del puesto de salud I-4 de la red de Cajamarca, lo que constituye una diferenciación considerable.

Mantari, D & Quispe, M. (2019). Sobre la investigación. Proposición para el perfeccionamiento del procedimiento de elaboración de fármacos en la compañía Santa Úrsula Servicio, Arequipa, 2019. Para obtener el título de ingeniero industrial, Universidad Tecnológica del Perú, sede Arequipa. El trabajo de investigación se centra en el desarrollo de una proposición de perfeccionamiento del procedimiento abastecimiento de medicamentos de la empresa Santa Úrsula, mediante la aplicación de los métodos ABC y 5s. El principal problema de la empresa es el defectuoso desarrollo logístico del producto. Se realizó un estudio del desarrollo logístico de la empresa, con especial atención al aprovisionamiento y almacenamiento, en el que se puso de manifiesto un incremento del 5,13% de productos en exceso de inventario debido a un 15% de pedidos introducidos incorrectamente por una inadecuada proyección y una deficiencia del método de entrega que guía. Después de la recogida, además, no hay ningún método para evitar el 10% de recepción errónea, el 22% de artículos dañados guardados, el período de espera para completar el envío es de un promedio de 20 minutos, y para terminar el procesamiento de la logística, Cabe señalar que la empresa no lleva a cabo el proceso de distribución. Cabe señalar que se realizó un análisis del nivel de cumplimiento de los 5, en el que se alcanzó un 25% de cumplimiento antes de la aplicación. Por lo tanto, se propone mejorar el proceso logístico, buscando un lugar de trabajo más organizado. Para que los trabajadores se sientan motivados y realicen su trabajo con mayor eficiencia, generando un gran beneficio para la empresa. Para perfeccionar los desarrollos, se aplicó el método ABC para catalogar a los proveedores y ejecutar pedidos estratégicos basados en la rotación de productos. A continuación, se aplicaron las 5S para agilizar el desarrollo de las compras reduciendo el exceso de artículos, los pedidos mejoraron un 12%, las

tareas de recibimiento un 9%, el almacenamiento un 20% y el despacho de aduanas se minimizo a 5 minutos. Con esta mejora ofrecida, hay un 83% que indica que el orden y la limpieza pueden mejorar los procesos logísticos de las empresas farmacéuticas.

Chávez García E. (2019). En la tesis *Cualidad| de utilidad y contentamiento de los consumidores que concurren a la asistencia de farmacia del Hospital El Esfuerzo, Trujillo 2019*, para obtener el título académico de Magister, Universidad Cesar Vallejo, Trujillo. El objetivo general de la investigación es establecer la *Cualidad| de utilidad y contentamiento de los consumidores que concurren a la asistencia de farmacia del Hospital El Esfuerzo, Trujillo 2019*. La investigación poseyó una perspectiva cuantitativa, no experimental, transversal, descriptiva y correlacional. El universo estuvo constituido por 1123 personas, del que se extrajo una muestra de 286 personas, elegidos con el sistema aleatorizado sencillo. Se utilizó la tecnología de la recogida de datos y el correspondiente aparato utilizado fue el cuestionario SERQUAL. El principal resultado obtenido es que predominan los consumidores que califican la confiabilidad como excelente, manifestándose contentos con el servicio en un 40,9%; los que califican el servicio como bueno, un 43,0% satisfechos con el servicio; los que califican la garantía como buena se declaran satisfechos con el servicio en un 42,3%; los que valoran positivamente la amabilidad, un 51,7% se declaran satisfechos con el servicio y los que valoran positivamente la tangibilidad, un 40,6% se declaran satisfechos con el servicio. Por último, deducimos que los usuarios estaban satisfechos cuando la calidad de la atención se consideraba excelente en todos sus aspectos.

Vía Puente, L. M. (2017). En la investigación para medir la contentación con la calidad de consideración en el campo de la salubridad pública por parte del equipo asistencial de la Marina de Guerra del Perú y realizó la encuesta para medir el grado de satisfacción con la calidad de atención en el campo de la salud percibida por el personal

externo de la Marina de Guerra del Perú, para obtener el grado de magíster, Escuela de Postgrado, Universidad Cesar Vallejo. Cal. El principal propósito de esta presente indagación es saber el grado de conformidad con la cualidad de la atención en el ámbito de la salud pública, Callao 2017. La investigación fue de tipo sustantiva, comparativa, no experimentable. Se conformó con una población de 108 soldados de la Marina de Guerra del Perú, correspondiendo a un nivel de confianza muestral del 100%. Para obtener esta información se aplicó el análisis del Documento de Satisfacción de Calidad a través de la encuesta SERQUAL sobre las expectativas y percepciones del usuario externo a los marineros, oficiales y suboficiales de la Marina de Guerra del Perú, la cual se elaboró aplicando las herramientas del cuestionario con 22 preguntas de percepción de esperanzas y 22 preguntas de percepción en una escala tipo Likert (escala numérica de 1 a 7), que proporcionan datos sobre la percepción de calidad del servicio en el sector salud percibida por el personal usuario externo, a través de la evaluación de sus diferentes dimensiones cualitativas (confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, aspectos tangibles), incluyendo los propios indicadores. Se presentan de forma gráfica y textual. La fiabilidad de los instrumentos se llevó a cabo mediante el estadístico de la prueba Alfa de Cronbach, cuyos valores tras su aplicación fueron de 0,928, lo que representa un nivel de fiabilidad del aparato y respecto a las dimensiones de evaluación de la calidad total. del 56,80%. de satisfacción.

Antecedentes internacionales

De igual forma, en el marco internacional, mencionamos a Pastor (2020), según su investigación titulado Proposición relativa a la aplicación de un procedimiento de distribución de fármacos de dosificación por unidad en la prestación de cirugía del Hospital Provincial Alfredo Noboa Montenegro, Guaranda, cuyo propósito fue presentar una iniciativa para la aplicación de un sistema de distribución de fármacos, con un énfasis

cuantitativo, no descriptivo y observacional de tipo experimental. Llegando a la conclusión de que los accidentes se reducen cuando existe el equipo de farmacia y las técnicas funcionales normalizadas, descendiendo a 49,3%, de tal modo se propone la creación de un plan de dosificación única en el procedimiento.

Así mismo Martillo et al. (2020), En el título titulado Análisis de viabilidad de distribución en la industria cerámica, me propuse estudiar los sistemas logísticos de la industria mediante un estudio de viabilidad de los procesos logísticos. Se trata de un estudio cuantitativo descriptivo, transaccional y no experimental. Para concluir, es necesario determinar cuáles son los fallos que causan dificultades en los procesos, implican retrasos en la distribución a los clientes, afectan a la conformidad de los clientes y son útiles.

Del mismo modo Figueroa (2018), en la tesina Iniciativa de un marco de referencia de los procesos administrativos en materia de servicios de transporte para aumentar el índice de eficiencia de la compañía Alimentos El Sabor Cía. Limitada. Limitada. Ltda... Su finalidad fue realizar un análisis de las diferentes teorías y modelos relacionados con los procesos logísticos, con una población de 44 personas. Su investigación fue cuantitativa, descriptiva, analítica, de campo y bibliográfica. Debido a la importancia del accionamiento de modelos innovadores de administración de procesos logísticos en esta compañía, así como la capacitación del personal y el seguimiento continuo de los índices de gestión logística, obteniendo como conclusión que el 87,14% han indicado que les faltaba de servicio en las oficinas, el 87,5% indicaron que no estaban de acuerdo o en desacuerdo con la entrega de la mercancía, el 54,59% y el 38,32 de acuerdo y en desacuerdo, lo que refleja las falencias del deficiente seguimiento el cual es dado en los procedimientos, la instrucción del equipo.

Cuadros, L. (2017) En la tesis, para obtener el título de maestría, se propuso diseñar

un sistema de distribución para la empresa Ingenierías Químicas, mediante la gestión logística con el fin de optimizar los tiempos de entrega, en Bogotá, Colombia. El planteamiento se enmarcó en una de las variables del problema de rutas vehiculares en el cual se determina un conjunto de rutas que inician y terminan en una misma bodega por medio de un solo vehículo, tratando de minimizar los costos de traslado de los totales para cumplir con la consideración de la limitación vehicular. capacidad, restricciones de tiempo y otras restricciones operativas. Para conseguir la optimización del sistema se aplican principalmente dos esquemas logísticos: el problema de la mochila, mediante el cual se busca la utilización óptima de la capacidad de los vehículos, siempre que no se supere la capacidad máxima de cada uno de ellos, y el problema de la capacidad de ruta de los vehículos (CVRP) con el objetivo de minimizar las distancias de las rutas y al mismo tiempo maximizar el número de entregas diarias. Debido al número de puntos que recorre el vehículo de la empresa y las distancias entre ellos, se propone su división en zonas, teniendo en cuenta la localización geográfica y las distancias asimétricas entre los puntos, de las que se obtienen cuatro zonas. para realizar los modelos de cálculo, anteriormente mencionados . Para validar el modelo propuesto, se parte de datos históricos de viajes realizados durante una semana media para el cálculo de costes, distancias y tiempos actuales; Estos datos se compararán con los obtenidos en estos tres aspectos gracias al modelo matemático propuesto, mostrando claramente las aportaciones que la empresa obtendrá al realizar los cambios propuestos en su modelo de rutas.

Rendón (2018) En su tesis, su objetivo fue proponer un sistema para la distribución de medicamentos monodosis a hospitales en México. Se enfocó en un metodo cuantitativo y adjudico un cuestionario a empleados de hospitales relacionados con la distribución de medicamentos, el tipo de estudio fue proactivo, cuyos resultados fueron; existe un mejor control de los medicamentos que se distribuyen en el hospital, disminuyen los errores en

la administración, disminuyen los costos para el paciente y el hospital, aumentan los beneficios económicos para el hospital y mejora el desempeño de los profesionales involucrados.

Ríos, Mateus; D.S. Monge Arce; K, Chavarría Arrieta, S. y Alfaro Mora, R. (2019). Características de las formas de uso de drogas en los alumnos de las universidades costarricenses. *Revista Colombiana de Ciencias Químicas y Farmacéuticas*.

Con el fin de establecer las particularidades del consumo de drogas en estudiantes universitarios, se desarrolló un estudio transversal, descriptivo, tipo estudio. Se entrevistaron 305 jóvenes de la Universidad de San Pedro en Montes de Oca, San José, Costa Rica. De acuerdo con los resultados del estudio, los alumnos adquieren medicamentos sobre todo al enfermarse o sentirse mal (84,7%) y en segunda instancia (16,3%) para aumentar su nivel de atención e incrementar su propia concentración y energías. El género incide en la compra de medicamentos, ya que las mujeres son más propensas a consumirlos que los hombres, y el pago es el elemento que más incide en la compra.

Hernández M, & Orueta R. (2019). *Escasez de farmacos en España. Un contratiempo sanitario. Revista científica de Elsevier. Metodología, se ha utilizado la recopilación de informes de problemas de suministro recibidos en la AEMPS entre 2015 y 2019 (desde el 1 de julio de 2019). Los datos indican que el 14% de los desabastecimientos son imprevistos y el 9% se deben a dificultades en la adquisición del principio activo, pero que los problemas de producción representan el mayor índice, alcanzando el 60%, contabilizando también los problemas de capacidad. de la empresa responsable. Este estudio de datos nos permitió concluir que la mayoría de los desabastecimientos son evitables, así como identificar que los medicamentos genéricos*

de menor precio son más propensos a los desabastecimientos, y que existe una relación entre los desabastecimientos y los aumentos de precio.

Silva-Treviño, Juan Gilberto, Macias-Hernandez, Bárbara Azucena, Tello-Leal, Edgar & Delgado-Rivas, Jesús Gerardo. (2021), en esta investigación sobre la correlación entre la calidad de la prestación, la conformidad del usuario y la fidelidad del usuario: un caso práctico de una compañía mercantil en México. La gestión de la calidad de la prestación se contempla la vía de que las organizaciones logren mayores ventajas competitivas y sostenibles en una economía globalizada. Las PYME deberían proponer un servicio de calidad mejorada que las grandes compañías y de esa forma ganar la predilección de los consumidores. El propósito de dicho trabajo era determinar la correlación existente entre la variable calidad de la prestación y las variables conformidad y fidelidad del usuario. Se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman y un instrumento estadístico basado en el análisis factorial exploratorio, cuyo objetivo es la extracción de la enorme varianza del grupo de elementos en cada uno de los elementos. Según estos análisis, las consecuencias mostraron una interrelación enormemente elocuente, positiva y fuerte entre la variable calidad de la prestación y la conformidad del usuario ($r = 0,820$) y la fidelidad del cliente ($r = 0,803$). También fue relevante la relación entre la medida dimensión criterios materiales y las magnitudes orientación a la conformidad del usuario ($r = 0,910$) y orientación a la fidelización del usuario ($r = 0,919$). Ahora bien, en la elaboración del desarrollo analítico de factores, a partir de la variación acumulada que se explica, se ha comprobado que el coeficiente eigenvalor es superior a 1 en los cinco factores iniciales, en los que el coeficiente porcentual de variación llega a un valor máximo de 54,886% en el primer factor. Así, con 5 factores es posible la explicación del 73,713% de la variación de la totalidad de los mismos. El presente trabajo tiene la restricción de su aplicabilidad a una sola empresa. Se ha demostrado que mediante

un mayor servicio y atención al usuario, la cualidad del servicio es una notable instrumento para la lucratividad y durabilidad de las empresas.

Maggi, W. (2018). En el trabajo, Valoración de la atención de excelencia en función de la complacencia de los beneficiarios de los servicios de urgencias pediátricas del Hospital General de Milagro, Guayaquil. Ecuador. Título de Maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. El objeto de esta acción de investigación es evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios del hospital de referencia. Se estudiaron dos aspectos: a) frecuencia y b) calidad.

Se trata de un análisis transversal, realizado a partir de 375 menores. El método utilizado fue la escala SERVQUAL con cinco componentes: a) tangible, b) fiable, c) receptivo, d) seguridad y e) empatía. Los resultados del informe muestran la insatisfacción de los usuarios de los servicios de urgencias pediátricas en las variables credibilidad, fiabilidad, seguridad y empatía; en cambio, la dimensión capacidad de respuesta se valora como relativamente satisfactoria, ya que las expectativas y percepciones son bajas.

Bases Teóricas o Científicas

2.1.1. Bases Teóricas de la variable 1

Sistema de distribución

Vásquez, R. & Trespacios, R. (1999), Señaló que la división geográfica entre el productor y el cliente hace importante definir formas y formulación para colocar a disposición del cliente los bienes elaborados por el fabricante.

Así mismo, García, M.; Alcaraz, A. & Fernández, Í. (2013), Sabemos que, desde una perspectiva económica, el reparto comercial es una forma de ordenar los

negocios, pero desde una perspectiva social, la distribución comercial es un origen fundamental para los negocios.

La Secretaría General de Industria y de la Pequeña y Mediana Organización del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de España (2020) también menciona que la prueba del valor de las empresas de nuestra región se puede comprobar en las estadísticas sobre PYMES que publica la Secretaría del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España Pequeñas y medianas industrias y organizaciones, vinculadas al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo en este sentido, la forma de distribuir las organizaciones españolas según los principales segmentos productivos a 1 de mayo de 2020 (excluyendo agricultura y pesca) responde a la siguiente categorización: El 5% son organizaciones con actividad principalmente industrial, el 12,6% laboral, el 22,0% empresarial y el 59,5% operan en el sector servicios.

Según Fischer L. & espejo, J. (2011). En el libro Marketing define: La distribución consiste en la circulación de productos, se relaciona con diferentes funciones y procesos, entre ellos los físicos, aquí mide variables como transporte, empaque y almacenamiento de mercancías para cubrir a los consumidores meta. También está vinculado a los procesos de comunicación que determinan el nivel de servicio. Con esto se obtiene: tiempo, lugar y utilidad de la posesión.

Según Sainz de Vicuña (2000) En su libro La Distribución Comercial: Operaciones Estratégicas, define que los sistemas de distribución nacen con el objetivo de lograr un objetivo específico: que los productos lleguen al consumidor desde el fabricante a través de canales intermedios, eligiendo el camino correcto y los canales que conducen a este. son capaces de abastecer la demanda. el mejor servicio al menor precio posible.

Por lo tanto, se puede decir que un sistema de reparto es el aparato de repartición integrado con un sistema de acción que tiene como resultado el traslado de un equipamiento médico, así como de un bien para el restablecimiento de la salud de forma más eficiente.

2.2.1.1. Dimensiones del Sistema de Distribución

A. Dimensión 1: Optimización

Se trata de utilizar correcta y óptimamente los activos de que dispone una organización y, para alcanzar sus objetivos, llevar a cabo cada proceso al máximo rendimiento y personalizar cada operación en el sentido de que satisfaga las necesidades de sus consumidores. Considerarlo. Considerar las siguientes métricas:

Medios de gestión, son los recursos requeridos por el circuito de gestión que deben ser accesibles para el pago del producto.

Equipos humanos, incluidos los empleados, con interrelaciones jerárquicas de gestión que permiten un grado de distribución coordinada del trabajo, funciones y responsabilidades de procesos.

Compartir, también conocido como inventario, es una función dedicada a proporcionar los recursos y productos necesarios para satisfacer las necesidades de los compradores y planificar las llegadas y salidas de los tiempos.

B. Dimensión 2: Colaboración

Ampliando el espíritu de colaboración que debe unir a los empleados con los clientes, la unificación de las unidades de distribución facilitará el procedimiento de entrega. Los indicadores son:

Colaboración; es disponer de todo un esquema de distribución en cadena vertical que permita a los proveedores conocer cuáles son las necesidades de los clientes, eliminando así la incertidumbre sobre las compras.

Clientela; es brindar confiabilidad a los clientes resolviendo sus necesidades, requiere de tres parámetros; disponibilidad, agilidad y compromiso.

Proveedores; Entendido como la investigación y mejora de la interrelación entre proveedor y comprador con un esquema vertical en el que se consiga el máximo rendimiento de las funciones.

C. Dimensión3: Sincronización

Los elementos del sistema de entrega se ven unos a otros como pares en el mismo proceso y realizan determinadas sincronizaciones que garantizan la resolución de sus necesidades. Considere sus métricas.

Tiempo; Debe tener una visión universal de todos los accesorios que intervienen en el despliegue. Esto significa gestionar cada función de modo que cada área trabaje conjuntamente para que pueda alcanzar sus objetivos en el momento ideal.

Habilidad; Satisfacer las necesidades de los consumidores con un inventario suficiente en el momento adecuado es la verdadera habilidad de una organización.

Proceso; Adhesión del proceso principal para la distribución. En esta situación, no es necesario automatizar estos procesos, sino optimizarlos una y otra vez para eliminar el despilfarro.

2.2.2 Bases teóricas de la variable 2

Calidad de Servicio

Según Alcaraz y Martínez (2012). Mencionan que la calidad del servicio es garantizar la atención y una vez hecho esto nos convertimos en una empresa eficiente porque presentamos cláusulas de consulta y presencia insustituibles, toda la organización debe detenerse porque también participan en ella y con la organización tienen un papel muy básico gran papel.

Mejorando los resultados que la función de todos los auxiliares requiere, las propiedades para medir la calidad de servicio en un producto son más fáciles de visualizar porque se conceptualizan como reales y el gran problema de esto es que una vez que la percepción de los individuos depende mucho de cómo tienen la oportunidad de verlo como bueno o malo, ya que muchos se identifican con la forma en que son tratados desde el primer momento, es decir i. y. desde el momento en que perciben su olor, apariencia, etc. Para ello, también debe ser claro y reconocible quién es nuestro público objetivo, ya que, conociéndolo, sólo tenemos la posibilidad de enfocarnos a un público específico con mayor precisión.

Proceso; unificación de los procesos clave para la distribución, en estas situaciones los procesos que no tienen que ser automatizados, pero están continuamente optimizados y eliminan los residuos.

Según Giese y Cote (2019), se entiende que la calidad del servicio es la atención individual que se presta a los clientes y usuarios que quieren utilizar el servicio e interpretarlo como y lo que nuestros propios consumidores necesitan de la misma forma que ellos lo perciben; Frente a esto, debemos trabajar en el enfoque que se debe dar y debe ser organizado y en una distribución nacional para que quede como una satisfacción general frente a los consumidores, tanto internos como externos, también se refiere a la forma en que la organización está formada por parte de la familiaridad de los empleados con sus compañeros y el equipo en general, que es la primera impresión que surge al proporcionar nuestros productos y servicios, juega un papel bastante fundamental.

Según Garcia (2018). La calidad del servicio es el condicionamiento entre las necesidades del consumidor, las más adecuadas, más cualitativas, y las menos adecuadas, menos cualitativas. Esto juega con el entorno que ofrecen en función de la desigualdad que existe entre la probabilidad o el deseo de los consumidores y su percepción del deseo

de un gran servicio, por otra parte, la diferencia se observa en la forma en que se interpreta la necesidad y el deseo de cada persona, así como se observa de acuerdo a las percepciones y además de la forma en que se ha tratado con el servicio ofrecido, también se produce en los clientes que vienen con experiencias anteriores. toda la empresa, porque si los aumentos de beneficios se consideran en términos de un enfoque de toda la organización, ayudaría a ser rentable.

También Cronin y Taylor (1992) La calidad del servicio no puede establecerse de la misma manera para todas las empresas de servicios o todos los productos porque se exponen en circunstancias diferentes y en gamas distintas. La calidad del servicio es más complicada de medir y evaluar porque los consumidores no sólo se fijan en el resultado final sino que, sobre todo, están incluidos en el proceso de selección desde el primer contacto. Se establece una conexión cuando ya adquieren confianza en el servicio y pueden experimentarlo, esto se traduce en tangibles, profesionalidad, cortesía y seguridad en el entorno que ofrece el producto, además, también implica elementos verbales, gestos y signos de atención al público, ya que con el tiempo el consumidor se vuelve más exigente, queriendo tener siempre la mejor experiencia de compra para poder valorar el establecimiento y convertirse sólo en un consumidor del servicio ofrecido.

Así mismo Prieto y Tapia (2017). Es el Empoderamiento por el cual los diversos componentes que interactúan en el servicio son valorados a través de las aportaciones del consumidor, lo que no salva la calidad del servicio para una conclusión final y aceptación del consumidor a través de su interés, simpatía y trato. En general, los consumidores dicen estar satisfechos con el producto que ofrecen los establecimientos de servicios, pero no con la atención que prestan en cuanto al trato, el autor especifica que la calidad del servicio no está muy enfocada porque la calidad no es algo que no sea. Se puede medir y mucho menos escuchar, es más que eso, es un gran plus para la organización. También

dice que la calidad no es un lujo, mucho menos si el producto cuesta menos, la calidad es el resultado final, entonces no hay relación con nadie, todos son consumidores y se vuelve inmaterial y perecedero, es por eso que la empresa se ocupa de pensar con un servicio sistemático, estratégico triangular y principalmente con el personal que ofrece el producto o servicio, ya que el Servicio es perecedero, por lo que corresponde a cada empresa ponerlo en práctica y sobre todo capacitar a más personal con diferentes estrategias.

Según Peña (2015) Se menciona que, tanto en la realidad como en la percepción, la consistencia que realmente se relaciona con el servicio y la satisfacción como consumidor con base en las expectativas del servicio que previamente se ha adquirido en otros establecimientos, se relaciona con una demanda existente o consumidores potenciales. con las necesidades del servicio. cliente y la correspondiente prestación del servicio, además de la necesidad de adaptarse para atender y satisfacer las necesidades del consumidor, se debe prestar gran atención a los productos que día a día se ofrecen, las empresas aumentan la disponibilidad de tecnología y con equipos propios para manejarlos. Con esto, se deben identificar las necesidades y características de cada consumidor para medir el grado de deseo que se espera obtener, basado en cada percepción humana.

Así mismo, Pino (2016) El servicio principal es establecer una cultura organizacional en todas las áreas de la empresa, desde el gerente hasta el equipo de trabajo, donde cada uno de ellos debe involucrarse y comprometerse personalmente, estar en constante comunicación para ofrecer un excelente servicio o producto, sentirse física y emocionalmente en condiciones de descansar, relajarse, platicar, charlar en un buen lugar, además de ilustrarse, tener la certeza de ser atendido de la mejor manera, para ello es necesario tomar en cuenta las necesidades necesarias y solicitadas, el cliente percibe la calidad porque lo que el factor humano depende mucho de cómo determina a los clientes

en la forma de servir y las ventajas que tiene para su valor de atención conocer los elementos más importantes a la hora de ofrecer un servicio es preguntar y escuchar atentamente lo que el cliente quiere consumidor y ser muy claro para quedarse con ellos, si no es así, pueden seguir recomendando con una comunicación adecuada, el objetivo es que sus expectativas y percepciones son más altos para la aprobación del consumidor, por lo que los autores mencionan y comprometerse de antemano para servir al cliente, aclarar las situaciones futuras que puedan haber actuado como si ya se hubiera recibido la satisfacción más agradable del consumidor y sobre todo asegurarse de que como el servicio muere reconocer las necesidades del cliente y observar la presencia del cliente con mucho cuidado en contacto con él, darle la bienvenida y apoyarlo Es necesario para cada situación diferente para aclarar, simplemente puede actuar si se trata de ofrecer algo en particular, tales como preguntar si me siento cómodo, cómo ha ido la experiencia y cuánto tiempo me tomó para adquirir el servicio, aclarar cada situación y por último Saludar amablemente al cliente son puntos esenciales que ayudarán a tener un gran conocimiento de los afectos del cliente Involucrarse en todos los aspectos posibles de manera esencial y ordenada de manera oportuna según el autor Huentelicán (2017) se entiende como parte de la satisfacción de las necesidades y expectativas de un cliente en el ámbito del servicio prestado, entiende que la calidad del servicio es una forma de atención que se le brinda al cliente o consumidor siente que el mensaje ha pasado y con esto esencialmente se puede ver lo suficiente para conocer y aclarar la situación de cada consumidor.

Dimensiones de calidad de servicio

A. Dimensión 1: Calidad interactiva

Interacción entre empleados y clientes. La idea principal de interactuar con los clientes en tiempo real es la capacidad de reconocer las necesidades de nuestros

clientes e interactuar con ellos a la velocidad y cadencia que les interese, anteponiendo siempre la empatía, considero dos indicadores.

La fiabilidad; que consiste en prestar el servicio prometido de forma fiable, asumiendo un contrato de confianza basado en las propuestas cumplidas.

La sensibilidad; Atender al cliente y prestarle un servicio adecuado. Es decir, resolver lo antes posible la solución a sus peticiones, la respuesta a las quejas que tengan y la solución de problemas.

Confiabilidad

De acuerdo a López, G. (2010) Es conceptualizado como una teoría de la conducta posterior de otro individuo, ya que depende de las acciones del individuo, es un acto de postura que implica no modificar el control o el tiempo de otros sujetos que se dice y promete ser cumplido en toda capacidad guiada por lo que ha dicho y hecho es cierto y digno de confianza.

También, Guillermo (2019) Durante años, en el mundo industrial, la fiabilidad ha sido y es importante porque internamente siempre se ha aplicado a servicios, productos, sistemas y procesos donde cada entidad tenía que generar beneficios a corto, medio y largo plazo, con un impacto directo. en los resultados de la entidad. tiempo. Con el paso del tiempo, sus orígenes y sistemas se han ido desvirtuando por diversos recursos donde ahora es más específico y garantizado por ser humano, lo que le permite alcanzar la eficacia deseada.

Del mismo modo, Prieto y Delgado (2010), La describen como la dimensión de credulidad y avaricia del individuo para actuar sobre las acciones y opiniones de los demás con la certeza de que, habiendo actuado sobre ellas, si son interrumpidas, no podrán sentir el gran consuelo de expresar la confianza necesaria para llevar a cabo las acciones. de los demás.

Así mismo Rodríguez (2010) La confianza es fundamental para un proyecto con la certeza de que es transparente, a partir de la relación y la postura de claridad con los procesos cognitivos y emocionales, ya que tienen actitudes diferentes y se basan en resultados diferentes con el conocimiento y la seguridad.

Para esta investigación, la confiabilidad depende de una circunstancia o una persona para poder dar credibilidad a una acción con total certeza, es estar convencidos de que lo que vamos a elegir, ya sea un producto o un servicio, se toma del autor Hosmer (2019) porque menciona la práctica ética de un comportamiento ya que apunta directamente a las conductas de una empresa o una persona con resultados adecuados y aceptación por parte de las personas, expresando así confianza y credibilidad cuando pueden ofrecer algo. y aprovechar una situación persona adecuada.

Capacidad de Respuesta

De acuerdo con Blanco (2009) Esto, Se le ve con la responsabilidad de la organización de prestar sus servicios. Se refiere a la voluntad de una organización de prestar sus servicios al consumidor o de prestar un servicio. Para ello, debes ser consciente de la forma de hacer las cosas o la tuya propia.

Según Droguett (2012) En consecuencia. con el consumidor y de acuerdo con el equipo que se encarga de la estación, ya que tienen un gran factor de complejidad para proporcionar el servicio adecuado, por favor, tenga mucho cuidado tan pronto como el cliente puede enviar esta solicitud.

También Blanco (2009), Indica, Es obligación de la organización prestar los servicios con cortesía y buena difusión por parte de los empleados al prestar un servicio, esto también ocurre en este momento si la organización está suficientemente preparada

para prestar el servicio.

Conforme con Novelo & Salazar (2016) La capacidad de respuesta se entiende en el sentido de ayudar a los consumidores y actuar con rapidez ante sus necesidades con la debida descarga de responsabilidad con facilidad y accesibilidad.

La capacidad de respuesta es todo aquello que efectivamente brindamos para actuar voluntariamente y tener la capacidad de actuar con los clientes, de acuerdo a lo mencionado por el autor Blanco (2009), quien propone que es momento de brindar el servicio con lo que se debe tener conocimiento de lo que ocupa la función de tener un desarrollo adecuado, tener la capacidad de reacción para poder atender un evento en el punto de venta de un servicio, estar debidamente preparado para diferentes situaciones de manera rápida y concisa, así como poder entregar más de lo esperado, haciendo las cosas al momento.

A. Dimensión 2: Calidad corporativa

Se refiere a la empresa como imagen corporativa. La calidad o imagen corporativa consiste en tener siempre presente las expectativas del cliente, con el fin de satisfacerlas plenamente e incluso superarlas, introduciendo la mejora continua en la organización para cumplir siempre con los requisitos establecidos. Esto es lo que influye en la imagen del distribuidor, teniendo en cuenta las actividades internas y externas, que son vistas como Responsabilidad Social, dando a conocer sus resultados a través de la publicidad en diferentes medios de comunicación, tratando de mejorar su posicionamiento. La calidad empresarial no se construye sólo publicando cosas buenas en el portal de transparencia y en los diferentes medios de comunicación; sino también a través de los usuarios con sus experiencias durante su paso por la distribuidora. Considero los siguientes indicadores;

Seguridad, atención y conocimiento de los empleados y sus cualidades para transmitir credibilidad y confianza por parte de los clientes.

Empatía, grado de atención individual que las organizaciones prestan a sus clientes.

Seguridad

Según Orozco (2018) Son propiedades con características diferentes en la capacidad de establecer un lugar permanente en un territorio sin daños ni peligros. Es una cualidad de los caracteres o del entorno de un lugar determinado. Incluyen diferentes aspectos de los valores. Es la forma de sentirse seguro o de estar firme y preparado ante una situación, por lo que la seguridad se denomina un punto de referencia para todos los ámbitos de la sociedad.

Así mismo Adí (2003). La seguridad está relacionada con el producto o servicio brindado en un establecimiento con la confianza y credibilidad de los servicios. El consumidor debe sentirse seguro al momento de realizar la documentación o trámites para adquirir un producto o servicio.

Como indica la Organización Mundial de la Salud (2008). La seguridad favorecerá los procesos en la organización ya que interviene muy fuertemente el poder sentirse seguro en un lugar determinado, la infraestructura en la cual se ofrece el producto o servicio con las medidas de seguridad adecuadas y que no afecte el servicio ofrecido.

También Keyner (2010). Describe, Como garantía para las obligaciones humanas y en acción para los aspectos legales, respondiendo a la acción de escape malos hábitos, el propósito de la seguridad es sentirse cómodo y tranquilo en el lugar, puede ser la solución de problemas externos es también, el primer problema de la sociedad se caracteriza por símbolos de protección y ser capaz de tener la satisfacción necesaria en el momento de realizar el servicio. La seguridad son los conocimientos y habilidades

para crear credibilidad y confianza al momento de adquirir el servicio, según las definiciones anteriores de los autores, la seguridad del consumidor es la ausencia de riesgo, debe sentirse seguro y protegido al momento de completar la documentación o transacción para adquirir un producto o servicio.

Asimismo, Orozco (2018) se considera un autor excepcional, es el espacio que se debe dar para que no ocurra ningún daño, peligro o robo, sentirse cómodo donde el individuo se encuentra resaltando lo que es bueno y fundamental es el primer problema del ciudadano, porque influye en todos los aspectos de la compra de un bien o servicio.

Empatía

Según Balart (2018). Afirma: La empatía es descrita en la revista Claves del Poder Personal como un reflejo de cómo te gustaría ser percibido internamente, un reflejo de ti mismo como sabiduría y la capacidad de sentir, hablar o expresarte adecuadamente a los demás en lugar de a ti mismo entre ellas correctamente con respuestas emocionales de sutil efectividad, existe la escucha activa con atención y la comunicación verbal y no verbal con un tono de voz adecuado que refleja un solo estímulo y presta más atención que a la otra persona.

También explica que la empatía es la capacidad de conocer el comportamiento de las personas, así como los sentimientos, necesidades y problemas que puedan estar experimentando, poniéndose en el lugar del otro para que esté de acuerdo y satisfecho con todo lo que queremos ofrecerle, enviándoles un mensaje, un sentimiento único. Nuestro nivel de comprensión es una herramienta para conectar con otras personas con simpatía y amabilidad que muestran respeto y seguridad para ser más felices, como indica el autor.

También Chauvie (2015). Afirma que ser uno mismo con el otro con la misma integridad, eliminando las malas apariencias por influencias negativas, esto asegura que

cada individuo posea una habilidad esencial para el buen desarrollo de su vida. En general, la empatía facilita la relación y negociación con un desarrollo y actitud de los sentimientos adecuados y necesarios de una persona, ganando control para ponerse en el lugar del otro.

Igualmente, Batson, Fultz, Vanderplas e Isen (1983). Es la emoción que un individuo transmite a otras personas como un sentimiento de interés, si se dirige personalmente hacia la otra persona, el conocimiento de su estado de ánimo, ayudándole a comprender eficazmente el entorno y a los ojos de los demás. importante porque es diferente, y tiene algo que se puede diferenciar en una fuerza evidente en los sentimientos y la capacidad de expresar la buena comunicación que el otro individuo ha mostrado con una actitud de persuasión.

Es la emoción que un individuo transmite a otras personas como un sentimiento de interés, si se dirige personalmente hacia la otra persona, el conocimiento del estado de ánimo ayuda a comprender eficazmente el medio ambiente y en los ojos de otra persona, sobre todo porque es diferente y tiene algo que diferenciar la fuerza evidente en los sentimientos y la capacidad de expresar la buena comunicación que el otro individuo ha mostrado con una actitud de creencia.

Por lo tanto, según las definiciones de los autores, la empatía se puede entender como la capacidad de proyectarse, percibir, orientarse y ponerse en el lugar del otro, molesto por el comportamiento del otro para lograr que acepte todo y se conforme con estar con todo. lo que se busca al transmitir un sentimiento único con niveles de comprensión como lo menciona un destacado autor Balart (2018) define la empatía como un comportamiento donde te pones en el lugar de otra persona para entender su

comportamiento y actitud, esto quiere decir que cada individuo tiene una habilidad esencial para el buen desarrollo de su vida.

B. Dimensión 3: Calidad técnica física

Son las descripciones físicas del servicio. Según Duque (2015), en la publicación Revisión del concepto de calidad de servicio y sus modelos de medición, incluye los aspectos físicos de los servicios prestados, tales como instalaciones, oficinas, áreas de distribución, almacén, farmacia, vehículos y medios. adecuados. mobiliario a la prestación del servicio de distribución. Se considera como indicador objetos tangibles; incluye el aspecto físico en todos los sentidos, como la estructura, las herramientas, el personal, los medios de distribución y todo lo que implica el sistema de distribución.

Bienes tangibles

Según Medina & Gonzales (2016) Mencionan que los atributos tangibles son aspectos clave que influirán en la determinación del diseño del producto o servicio a través de los valores y preferencias de los consumidores, detectando las fuerzas para una mejor competitividad, así como los principales llamados al desarrollo. Este estudio trató de discernir las opiniones de los consumidores para que la visión contribuya a la satisfacción a través de la innovación y/o creación oportuna del servicio, la apreciación de sus especificidades, la activación de ventajas, funcionalidades y uso, eso es todo junto con el contexto de la adaptación del producto se percibe por el tacto.

Según Castellón & Cochachi (2014). En el trabajo de investigación menciona, la tangibilidad como algo real en el que se manifiesta a través de diversos agentes ya que son actos donde es imposible sentir o tocar el producto o servicio, es decir, lo tangible se convierte en el material de comunicación, empleados, instalaciones, equipos

constitutivos que proporcionan representaciones de los establecimientos u organizaciones para tener un ambiente propicio para el uso frecuente de sus servicios al consumidor también son representaciones físicas que van de la mano con la seguridad durante la evaluación de una situación favorable a los ojos del consumidor. consumidor, el hecho de que los consumidores utilizarían pruebas tangibles para medir esta variable.

Asimismo, Martín (2018) en su investigación menciona cómo medir un servicio a través del modelo SERVQUAL, el cual nos dice que existen cinco tipos de desviaciones, las cuatro primeras entre expectativas, percepción, calidad, servicio nos permitirán identificar cómo se prestó el servicio. , pero la quinta discrepancia que va de la mano entre expectativas y calidad percibida dará como primer punto los resultados de la opinión de los consumidores, utensilios, equipos de apoyo administrativo, etc., ya que pueden ser tocados y servir de intermediarios para los consumidores a cargo.

García (2016) En su investigación habló que la tangibilidad tiene mucho que ver con la calidad del servicio, ya que en base a estos cinco factores se podrá establecer o demostrar el nivel de satisfacción de nuestros consumidores, siempre y cuando se confirme que Es lo mismo evaluar servicios que productos tangibles en base a argumentos contradictorios que indican que la calidad merece una conceptualización diferente a la de los bienes tangibles. Las representaciones físicas y visuales proporcionadas por los vendedores se denominan equipos y el consumidor siempre utilizará estos materiales intangibles. La tangibilidad son las apariencias que se pueden mostrar al emitir un mensaje, además de contar con estructuras como los medios y/o equipos que promueven una buena calidad de servicio; Según las definiciones, se expresa que es todo aquello que no se puede tocar, son objetos de los sistemas que constituyen la comodidad del consumidor como material de apoyo y pueden facilitar el uso del servicio.

Según García (2016). Menciona que los tangibles son las representaciones físicas de cada entidad, definiendo que el consumidor siempre estará en contacto con las instalaciones de la entidad, el trato que recibe el empleado es lo que deben procurar las diferentes entidades, ya que no solo se trata de ofrecer un delicioso platillo y un buen servicio, aunque a veces no creemos que estos puntos sean los más fuertes para poder brindar un buen servicio y tener un público más fluido al igual que los equipos de apoyo que tenemos en cada entidad.

Tangible es el concepto que se refiere a cualquier cosa material que puede ser percibida con uno de los cinco sentidos. Así, algo tangible es algo que se puede sentir con el tacto o ver con la vista.

Marco conceptual

Bienes tangibles

Los activos materiales son activos mensurables que se utilizan en las operaciones productivas de una empresa, generando así sus productos y servicios a través de equipos, existencias, propiedades o edificios.

Los bienes materiales se consideran activos físicos porque ocupan espacio, se pueden ver y tocar físicamente.

Calidad

Nivel en que un conjunto de características inherentes a un objeto (producto, servicio, proceso, persona, organización, sistema o recurso) cumple con los requisitos. ¿Qué significa? Esta cualidad no es más ni menos que cumplir con los requisitos

Calidad de servicio

La Real Academia Española define servicio como la acción y efecto de servir, como servicio doméstico e incluso como grupo de criadas o criados. Llevado ahora al ámbito de la gestión de la calidad, según Kotler (2011), es cualquier actividad o prestación que una parte proporciona a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de nada. Su producción puede o no estar vinculada a un producto físico.

Por servicio entendemos, por tanto, la obra, actividad y/o instalación que satisface al cliente. Según Mayorga (2013); La calidad de servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, por razones de precio, imagen y notoriedad.

Características de los servicios

Hay que diferenciar; Entre los productos tangibles y los servicios, hay que subrayar que están en el origen de las diferencias en la determinación de la calidad del servicio. Así pues, los servicios tangibles y los productos no pueden valorarse de la misma manera.

Distribución

El propósito de la distribución es vincular la producción al consumo, es decir, conectar a los productores con los consumidores o compradores. La distribución es técnicamente un canal a través del cual circula un flujo de productos desde el origen, los productores, hasta el destino, el consumidor.

Intangibilidad

Lovelock, (2009) "Afirma que la mayoría de los servicios son inmateriales, no son objetos, sino resultados. Esto significa que los consumidores no pueden verificar muchos servicios antes de comprarlos para garantizar su calidad, ni se pueden proporcionar especificaciones de calidad uniformes para los productos. Debido a su naturaleza intangible, a menudo es difícil para una empresa de servicios comprender cómo perciben sus clientes la calidad de los servicios prestados.

Heterogeneidad

Los servicios, especialmente los de alto contenido laboral, son heterogéneos en el sentido de que sus resultados pueden variar mucho de un productor a otro, de un cliente a otro, de un día para otro. Esto hace difícil garantizar una calidad constante, ya que lo que la empresa cree que está entregando puede ser muy diferente de lo que el cliente cree que está recibiendo.

Inseparabilidad

En la mayoría de los servicios, la producción y el consumo son inseparables, Camisón, (2012). Con los servicios intensivos en capital humano, suele haber una interacción entre el cliente y el interlocutor del proveedor del servicio. Esto tiene un gran impacto en su calidad y en su evaluación.

Medicamentos

En cierto sentido, medicamento es toda preparación o producto farmacéutico utilizado para la prevención, diagnóstico y/o tratamiento de enfermedades o estados patológicos, o para modificar sistemas fisiológicos en beneficio de la persona a quien se administra. Decreto N° 150-92 -texto ordenado, 1993-, artículo 1, inciso a).

Sistema de distribución

El sistema de distribución gestiona los productos desde que salen del sistema de producción hasta que llegan al cliente. El objetivo es sincronizar la producción con la demanda del mercado, optimizar los tiempos de entrega y el volumen de stocks.

Capítulo III

Hipótesis

3.1 Hipótesis General

Existe relación significativa entre el sistema de distribución de medicamentos y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022.

3.2 Hipótesis Específicas

HE1: Existe relación significativa entre la optimización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022.

HE2: Existe relación significativa entre la colaboración y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022.

HE3: existe relación significativa entre la sincronización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022.

3.3 Variables (definición–conceptual y operacionalización)

3.3.1 Variable 1: Sistema de distribución

Definición conceptual.

La función principal de un sistema de distribución es facilitar la circulación de productos entre el fabricante y el consumidor final. Como consecuencia, surgen otras necesidades como almacenamiento, administración, canalización de información, financiación, etc.

Serie de procesos y actividades necesarias para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar donde se ponen a disposición del cliente final, en las cantidades

precisas, en las condiciones óptimas de consumo o uso, y en el momento y lugar en que se clientes que necesitan y/o quieren.

Definición operacional.

La variable 1, se midió en sus dimensiones: optimización, colaboración y sincronización con una evaluación de 9 ítems.

3.3.2 Variable 2: calidad de servicio

Definición conceptual

La calidad del servicio es el tamaño de la brecha o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones en base a la tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. (Berry et al., 1993).

Valoración global del cliente sobre la excelencia o superioridad global del producto y/o servicio.

Definición operacional.

La variable 2, se medirá en dimensiones calidad interactiva, calidad corporativa y calidad técnica física, con una evaluación de 14 ítems.

Tabla N° 01

Operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO	ESCALA
Variable 1 = Sistema de distribución	La distribución consiste en la circulación de productos, está relacionada con diferentes funciones y procesos,	La variable 1, se midió en sus dimensiones: optimización, colaboración y sincronización	1. Optimización <hr/> 2. Colaboración	<ul style="list-style-type: none"> • Medios administrativos • Equipo humano • Inventario • Vinculación • Clientes • Proveedores 	Cuestionario. Dirigido a los clientes de Dimexa	Ordinal

incluidos los físicos, aquí mide variables como el transporte, el embalaje y el almacenamiento de mercancías para cubrir a los consumidores objetivo. También está vinculada a los procesos de comunicación que son factores de orden para el nivel de servicio. Por este medio, obtenemos: las utilidades de tiempo, lugar "y posesión". (Fisher I. & Espejo J. 2011)

con una evaluación de 9 ítems.

3.
Sincronización

- Tiempo
- Capacidad
- Proceso

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO	ESCALA
Variable 2 = Calidad de servicio	Es el desarrollo por el cual los distintos componentes que interactúan en el servicio se ponen de manifiesto por las aportaciones de los consumidores, lo que no salva la calidad del servicio para una conclusión final y la aceptación del consumidor por su interés, su simpatía y su trato por En general, los consumidores dicen sentirse satisfechos con el producto que ofrecen los establecimientos de servicios pero no con la atención que	La variable 2, se medirá en dimensiones calidad interactiva, calidad corporativa y calidad física, con una evaluación de 14 ítems.	1. Calidad interactiva	<ul style="list-style-type: none"> • Confiabilidad • Capacidad de respuesta 	Cuestionario. Dirigido a los clientes de Dimexa	Ordinal
			2. Calidad corporativa	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad • Empatía 		
			3. Calidad técnica física	<ul style="list-style-type: none"> • Bienes tangibles 		

ofrecen como
trato.
(Prieto y Tapia,
2017)

Capítulo IV

Metodología

4.1 Método de investigación

El método universal de investigación será el método científico, que se aplicará desde tres perspectivas metodológicas que, según Muñoz, (2015) son el proceso racional-reflexivo, el proceso metódico-sistemático y el proceso dialéctico-lógico, con sus fases de observación, problematización, preguntas, hipótesis, experimentos, descubrimientos y conclusiones.

Método inductivo

Según Hernández (2017). Considera este método como un punto de partida para que los investigadores lleguen a conclusiones generales a través de hechos ciertos o concretos. Este método se basa en la experiencia y se utiliza en las ciencias fácticas (naturales o La investigación se basa en la observación en mi calidad de empleado de Dimexa, viendo lo que sucede en el proceso de distribución de medicamentos a los clientes.

Método deductivo

Hernández, (2017) considera el método deductivo de partir de lo general a lo particular, es decir, parte de las proposiciones generales o más universales para llegar a una afirmación particular, este método se basa en el razonamiento. Esta encuesta adoptó este método porque en otras empresas de distribución encontramos estos mismos problemas, aunque es necesario proponer mejoras.

4.2 Tipo de investigación.

De acuerdo a Baena (2014), Indica que, la indagación pura es el estudio de un problema con el único propósito de buscar conocimiento (p. 11). Su objetivo es formular nuevos conocimientos o modificar los principios teóricos existentes, aumentando así el conocimiento científico.

En este sentido, en la ciencia pura y la investigación básica se trata de estudiar cómo funcionan las cosas para su uso posterior, mientras que en la ciencia práctica.

4.3 Nivel de investigación

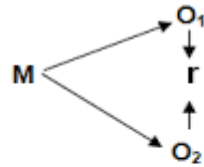
Arias (2012) indica, La investigación correlacional tiene como objetivo determinar el grado de relación o asociación (no causal) entre dos o más variables. En este estudio primero se miden variables y luego se utilizan pruebas de hipótesis de correlación y la aplicación de técnicas estadísticas para estimar la correlación. Aunque la investigación correlacional no establece directamente relaciones causales, puede proporcionar pistas sobre las posibles causas de un fenómeno. (página 25).

En línea con lo anterior, se señala que el estudio utilizó un nivel de correlación ya que el desarrollo de la investigación busca conocer cómo se relacionan el sistema de distribución de medicamentos y la calidad de servicio en la empresa Dimexa.

4.4 Diseño de la investigación

La investigación será de tipo no experimental, dentro del diseño transeccional o transversal, del tipo correlacional, ya que tiene como objetivo estudiar la incidencia y los valores en que se manifiestan las variables. El procedimiento consiste en medir una o más

variables en un grupo de personas u objetos y dar su correlación, según Hernández (2017), indicada por el siguiente esquema.



Donde:

M = Muestra

O₁ = Observación de la V.1.

O₂ = Observación de la V.2.

r = Correlación entre dichas variables.

4.5. Población y muestra

4.5.1 Población

La población de los distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca en la ciudad de Huancayo está conformada por un total de 252 unidades de estudio (101 farmacias y 151 boticas). Referencia Planilla de Documentos en Cobranza de DIMEXA. (Anexo N° 08).

De acuerdo a Joaquín García (2016) La población es el conjunto de elementos que tienen una característica común observable y sobre los que queremos realizar determinados estudios.

4.5.2 Muestra

Matos, L. & Vera, R. (2017) Mencionan que, la muestra como porción reducida de una población dada, de la cual representa cuantitativamente una fracción y debe tener las mismas características que ésta, la cual debe satisfacer las siguientes características; ser un subconjunto de la población que sea accesible para la investigación, ser representativo de esa población y ser adecuado (tener un cierto tamaño).

Para calcular el tamaño de muestra se utilizó la fórmula para poblaciones finitas.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 (N-1) + Z^2 pq}$$

El nivel de confianza será del 95%, que en el valor de la tabla de distribución normal tiene un valor de 1,96; asimismo, el margen de error considerado es del 5% (0.05), tamaño poblacional 252. Los valores de p (proporción de la población que tiene la característica de interés a medir) y q (proporción de la población que tiene no la característica de interés) se determinaron mediante una prueba piloto con 10 regentes; Farmacia (5) y Farmacia (5), quienes respondieron a la siguiente pregunta:

¿El sistema de distribución de medicamento es de calidad en Dimexa?

SI	<input type="text" value="6"/>	0.6 = p
NO	<input type="text" value="4"/>	0.4 = q
Total	10	1.0

Por tanto, el tamaño de muestra es:

65 Farmacias

100 Boticas

165 Total

La técnica de muestreo ha sido el probabilístico, porque ha sido aleatorio y al azar al momento de elegir a la muestra entre farmacias y boticas. En concordancia a la siguiente tabla.

Tabla N° 2

Población y muestra

Rubro	Población	Muestra
Farmacias	101	65
Boticas	151	100
Total	252	165

Fuente: Planilla de Documentación de Cobranza DIMEXA

4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La descripción se ha realizado para cada variable, dimensiones a través de campos estadísticos como la distribución de frecuencias, esto permite de manera ordenada mostrar los porcentajes en base a los resultados obtenidos después de aplicar el instrumento a los usuarios de la empresa Dimexa, considerando que sirve para tener información más verás y precisa.

Considerando el siguiente orden:

- a. Determinar la muestra
- b. Elaboración de la encuesta
- c. Encuestar la muestra
- d. Procesar los datos de la empresa

4.6.1. Técnicas de recolección de datos

En el estudio, se asumió y aplicó el instrumento a cada uno de los clientes de la empresa Dimexa.

Es decir, en el muestreo probabilístico o aleatorio simple, todos los sujetos a aplicar el instrumento tienen la misma posibilidad de ello, sin ser excluidos o aplicada estratificación alguna.

C. Muestreo

Según López, P. (2004) muestreo por conveniencia, se selecciona los aspectos que se muestren favorables para el autor, determinado en base a una población establecida.

En tal sentido se seleccionó a los clientes de la empresa Dimexa hasta completar los 165 cuestionarios.

Técnicas

Galán (2009) menciona:

Los analistas utilizan diversos métodos para recopilar datos sobre una situación existente: entrevistas, cuestionarios, inspección de expedientes (investigación in situ) y observación. Cada uno tiene sus ventajas e inconvenientes. Normalmente se emplean dos o tres para complementar el trabajo de cada uno y garantizar una investigación exhaustiva.

Para llevar a cabo un trabajo de investigación, el investigador dispone de diversos métodos para diseñar un plan de recogida de datos. Estos métodos difieren en cuatro dimensiones importantes: estructura, fiabilidad, aportación del investigador y objetividad.

La presencia de estas dimensiones se reduce al mínimo en los estudios cualitativos, mientras que adquieren gran importancia en los cuantitativos; sin embargo, el investigador suele tener la oportunidad de adaptar la estrategia a sus necesidades. Cuando la investigación está muy estructurada, suelen utilizarse instrumentos o herramientas formales de recogida de datos.

Las tres principales técnicas de recolección de datos son:

- Entrevista / Encuesta
- La observación
- Sesión de grupos

Según Falcón y Herrera (2005). Se relacionan con una técnica específica, un

procedimiento específico o una forma específica de recopilar datos o información. La aplicación de una técnica resulta en la extracción de información que debe ser protegida por una herramienta de recolección de datos. (p.12).

Encuesta

Es una técnica para la investigación, el cual es aplicado a una muestra establecida, este debe de ser objetivo con la obtención de sus resultados. Es una técnica para indagar, explorar, por medio de la formulación de interrogantes a los encuestados en base al trabajo realizado. (Carrasco, 2014).

Técnica de Software

Se utilizará el paquete estadístico IBM SPSS 25.0, para validar, procesar y contrastar hipótesis.

4.6.2. Instrumentos de Recolección de Datos

Hernández, et al., (2014) que: Cualquier instrumento de medición o recogida de datos debe cumplir tres requisitos esenciales: fiabilidad, validez y objetividad (p. 200).

Por tal razón, la investigación tiene que elaborarse con una buena estructura desde la formulación hasta la aplicación del trabajo investigativo.

Ficha técnica del cuestionario, variable: Sistema de Distribución

Nombre del Instrumento: Cuestionario de Sistema de Distribución

Autor: Elaboración Propia

Año: 2022

Tipo de instrumento: Cuestionario.

Objetivo: Realizar un diagnóstico del Sistema de Distribución

Población: Clientes de la empresa Dimexa

D. Número de ítem: 09**Aplicación:** Directa**Tiempo de administración:** 30 minutos**Normas de aplicación:** El cliente marcará en cada ítem de acuerdo a lo que considere evaluado respecto a lo observado**Escala:** Likert**Niveles:** Por medio de la escala de Likert.

5

Eficiente 76-100

Normal 48-75

Ineficiente 20-47

Ficha técnica del cuestionario, variable: Calidad de servicio**Nombre del instrumento:** Cuestionario de calidad de servicio**Autor:** Elaboración propia**Año:** 2022**Tipo de instrumento:** Cuestionario**Objetivo:** Evaluar la calidad de Servicio de la empresa Dimexa**Población:** Clientes de la empresa Dimexa**Número de ítems:** 14**Aplicación:** Directa**Tiempo de administración:** 30 minutos**Normas de aplicación:** El trabajador marcará en cada ítem de acuerdo lo que considere evaluado respecto lo observado.**Escala:** Likert**Niveles o rango:** Se establece con escala de Likert

Alto	76-100
Media	48-75
Bajo	20-47

E. Métodos de análisis de datos

Para el análisis se utilizó el software SPSS v. 25, Excel, mediante los porcentajes y tablas por medio de aplicación estadística.

Rho de Spearman

El coeficiente de correlación de Spearman (ρ) es una de las técnicas estadísticas no paramétricas que es robusta ante la presencia de valores atípicos ya que reemplaza los rangos o clasificaciones de las variables por los valores observados (Szretter, 2013, pp. 2, 3).

Prueba de hipótesis

Según Torres (2012), La hipótesis es un proceso presentado por el autor para determinar las variables de estudio, explicar el problema de investigación e identificar las causas y consecuencias del fenómeno que se estudia. (pág. 24)

Nivel de significación.

Cuando el nivel es 0.05 está equivale a 95% de confianza es real y su 5% es una probabilidad de error.

Validación y confiabilidad del instrumento:

Validez

Para Hernández, et al (2014), esto se refiere; a la medida en que un instrumento mide realmente la variable que dice medir (p. 200).

En el desarrollo del trabajo el instrumento es validado por 3 expertos, los mismos que dan veracidad y aplicabilidad al instrumento.

Quero (2010) menciona:

La fiabilidad de una medida o de un instrumento puede adoptar distintas formas o expresiones según la finalidad de la primera y determinadas características de la segunda a la hora de medir o estimar: precisión, estabilidad, equivalencia, homogeneidad o coeficientes de consistencia interna. Sin embargo, el denominador común es que todos se expresan básicamente como diferentes coeficientes de correlación. (pág. 249)

Al realizar el trabajo la confiabilidad se obtiene mediante la aplicabilidad Alfa de Cron Bach.

El Coeficiente Alfa de Cronbach (α), se expresa:

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

Dónde:

A : Alfa de Cron Bach

k : N° enunciados

Σi^2 : Suma de la varianzas de enunciados

Sr² : Varianza de variable

Tabla N° 3

Opinión técnica de los expertos

Experto	Experto	Aplicabilidad
	Metodólogo o	Aplicable
	Estadístico	Aplicable
	Temático	Aplicable

Nota: Certificados de validez del instrumento*Fuente:* Certificados de validez del instrumento

F. Confiabilidad de los instrumentos

Para el presente trabajo, evidencia de confiabilidad en su desarrollo, Corral (2009) menciona: para evaluar la confiabilidad u homogeneidad de las preguntas o ítems, es común utilizar el coeficiente alfa de Cronbach cuando se trata de alternativas de respuesta policotómica, como las escalas Likert type, que puede tomar valores entre 0 y 1, donde: 0 significa confiabilidad nula y 1 representa confiabilidad total (p.24).

Se trabajó la prueba estadística de fiabilidad Alfa de Cronbach, a una representatividad de 30 Clientes de la empresa Dimexa.

Consecuentemente se procesarán los datos, haciendo uso del Programa Estadístico SPSS versión 25.

Tabla N° 4

Confiabilidad del cuestionario de Sistema de Distribución

	Alfa de Cron Bach
<i>Sistema de Distribución</i>	0.909

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Según los parámetros (De Vellis, 2006. P.8)

Por debajo de .60 es inaceptable

De .60 a .65 es indeseable.

Entre .65 y .70 es mínimamente aceptable.

De .70 a .80 es respetable.

De .80 a .90 es buena

De .90 a 1.00 Muy buena

Obteniendo una fiabilidad de 0.93, el cual muestra como muy buena.

Tabla N° 5

Confiabilidad del cuestionario de Calidad de Servicio

	Alfa de Cron Bach
<i>Calidad de Servicio</i>	0.838

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Según los parámetros (De Vellis, 2006, p.8)

Se evidencio una fiabilidad de 0.838. el cual muestra como muy buena.

4.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

El procesamiento de los datos se realizó mediante el programa SPSS versión 26, a partir del cual fue posible hallar índices de ajuste, así como el alfa de Combrach para medir la fiabilidad de los instrumentos(cuestionarios de talento humano y compromiso organizacional).

Por otra parte, se uso la estadística descriptiva, ya que a través de ella se describió los resultados mediante las tablas y figuras producidas por el SPSS V26. Además, se hizo uso de la estadística inferencial, ya que se utilizó el coeficiente de correlación más conveniente para poder realizar el contraste de las hipótesis.

4.8 Aspectos éticos de la investigación

El estudio por realizar en la interacción empresa/cliente requerirá información de la Empresa Dimexa y de sus clientes, por lo que se adjunta al final de plan el consentimiento de la empresa.

Por otro lado, sobre las citas bibliográficas, se citará al autor, con la cual se demostrará respeto a la propiedad intelectual, así mismo los datos que van a ser obtenidos serán tratados con honestidad y transparencia. Por tanto, acepto ser honesto con los resultados, respetar los derechos de propiedad intelectual y tratar los datos proporcionados por la empresa Dimexa con discreción.

Capítulo V

Resultados

5.1. Descripción de Resultados

5.1.1. Resultados de la variable 1: Sistema de distribución

Variable 1. Sistema de distribución

Tabla N° 6

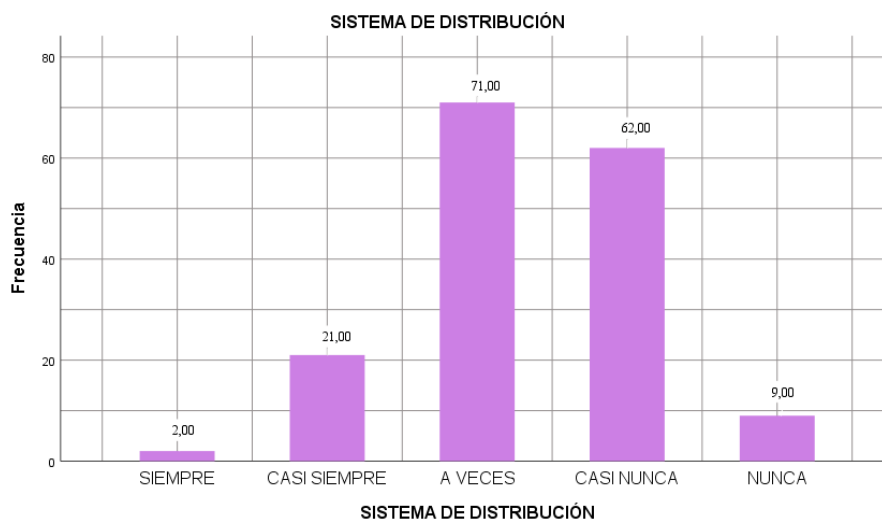
Resultado Dimensión Sistema de Distribución

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	2	1,2	1,2	1,2
Casi siempre	21	12,7	12,7	13,9
A veces	71	43,0	43,0	57,0
Casi nunca	62	37,6	37,6	94,5
Nunca	9	5,5	5,5	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de Sistema de Distribución

Gráfico N° 1

Resultados variable Sistema de Distribución



Interpretación:

La Tabla 6 y el gráfico 1 indican que, de los 165 representantes encuestados, un 5,5% (9) informan que nunca se ha aplicado el Sistema de distribución en su centro de labores, en tanto un 37,6% (62) señala que casi nunca; a su vez un 43,0% (71) recalca que a veces, mientras que un 12,7% (21) informa que casi siempre y finalmente, un 1,2% (2) señalan que siempre se aplica el Sistema de distribución en su centro de labores.

Dimensión 1: Optimización

Tabla N° 7

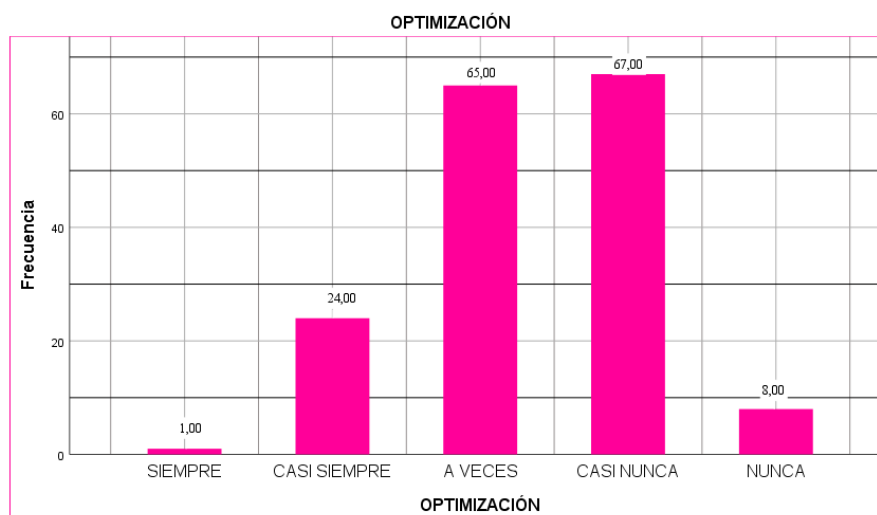
Resultado dimensión Optimización

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	1	,6	,6	,6
Casi siempre	24	14,5	14,5	15,2
A veces	65	39,4	39,4	54,5
Casi nunca	67	40,6	40,6	95,2
Nunca	8	4,8	4,8	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de Sistema de distribución

Gráfico N° 2

Resultado dimensión Optimización



Interpretación:

La tabla 7 y el gráfico 2 indican que, de los 165 representantes encuestados, un 4,8% (8) informan que nunca se aplica la Optimización; en tanto un 40,6% (67) señalan que casi nunca; a su vez un 39,4% (65) recalca que a veces, mientras que un 14,5% (24) informa que casi siempre y finalmente, un 0,6% (1) señalan que siempre se aplican la Optimización en su centro de trabajo.

Dimensión 2: Colaboración

Tabla N° 8

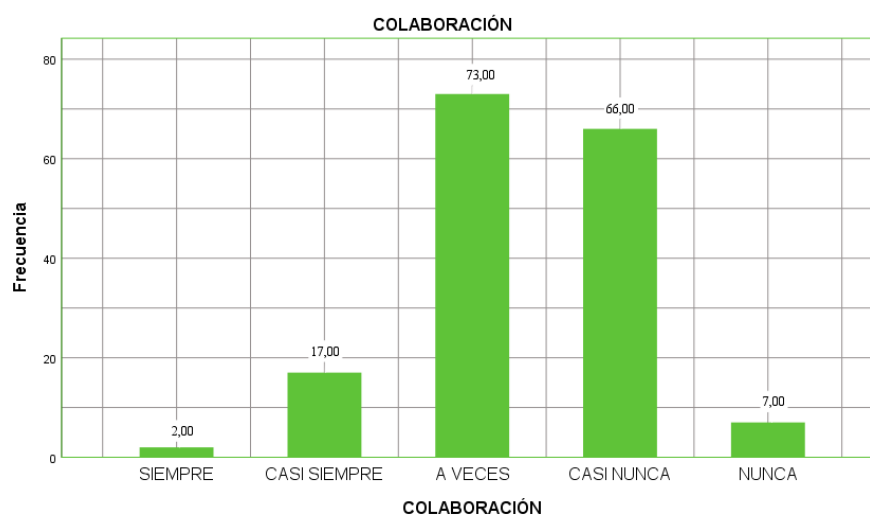
Resultado dimensión Colaboración

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	2	1,2	1,2	1,2
Casi siempre	17	10,3	10,3	11,5
A veces	73	44,2	44,2	55,8
Casi nunca	66	40,0	40,0	95,8
Nunca	7	4,2	4,2	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de Sistema de distribución

Gráfico N° 3

Resultado dimensión Colaboración



Interpretación:

La Tabla 8 y el gráfico 3 indican que, de los 165 representantes, un 4,2% (7) informan que nunca se aplican la Colaboración en su centro de trabajo, en tanto un 40,0 % (66) señala que casi nunca; a su vez un 44,2% (73) menciona que a veces; mientras que un 10,3% (17) informa que casi siempre y finalmente un 1,2% (2) señala que siempre aplican la Colaboración en su centro de trabajo.

Dimensión 3: Sincronización

Tabla N° 9

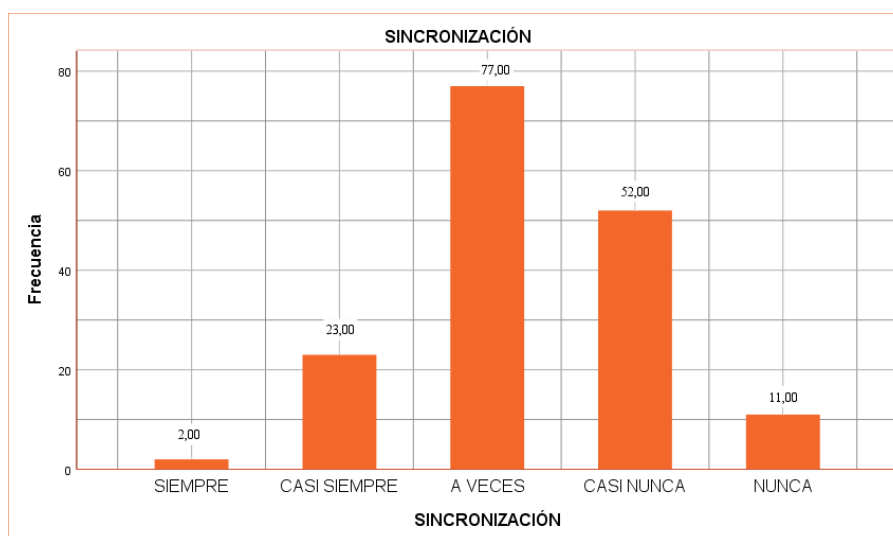
Resultado de dimensión Sincronización

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	2	1,2	1,2	1,2
Casi siempre	23	13,9	13,9	15,2
A veces	77	46,7	46,7	61,8
Casi nunca	52	31,5	31,5	93,3
Nunca	11	6,7	6,7	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de Sistema de distribución

Gráfico N° 4

Resultado de dimensión Sincronización



Interpretación:

La tabla 9 y el gráfico 4, muestran que, de los 165 representantes sometidos al cuestionario, un 6,7% (11) señala que nunca se aplican la Sincronización en su centro de trabajo, en tanto un 31,5 % (52) señala que casi nunca; en cambio un 46,7% (77) menciona que a veces; mientras que un 13,9% (23) señala que casi siempre y finalmente un 1,2% (2) señala que siempre aplican la Sincronización en su centro de trabajo.

5.1.2. Resultados de la Variable 2: Calidad de Servicio

Variable 2: Calidad de Servicio

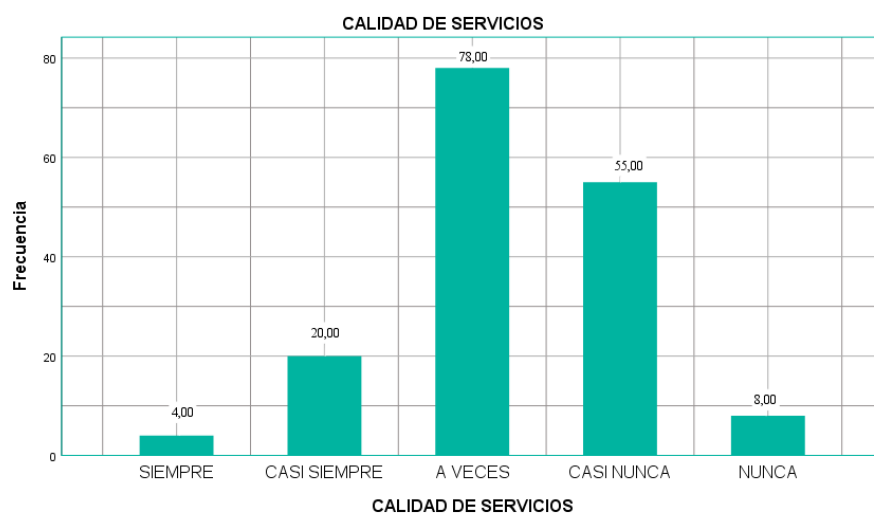
Resultado Variable Calidad de Servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	4	2,4	2,4	2,4
	Casi siempre	20	12,1	12,1	14,5
	A veces	78	47,3	47,3	61,8
	Casi nunca	55	33,3	33,3	95,2
	Nunca	8	4,8	4,8	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de Calidad de Servicios

Gráfico N° 5

Resultados variable Calidad de servicios



Interpretación:

La Tabla 10 y el gráfico 5 indican que, de los 165 representantes encuestados, un 4,8% (8) indica que nunca se aplica la calidad de Servicios en su centro de labores, en tanto un 33,3 % (55) señalan que casi nunca; así mismo un 47,3% (78) señala que a veces, mientras que un 12,1% (20) mencionan que casi siempre y finalmente un 2,4% (4) señalan que siempre se aplica la Calidad de Servicios en su centro de labores.

Dimensión 1: Calidad Interactiva

Tabla N° 11

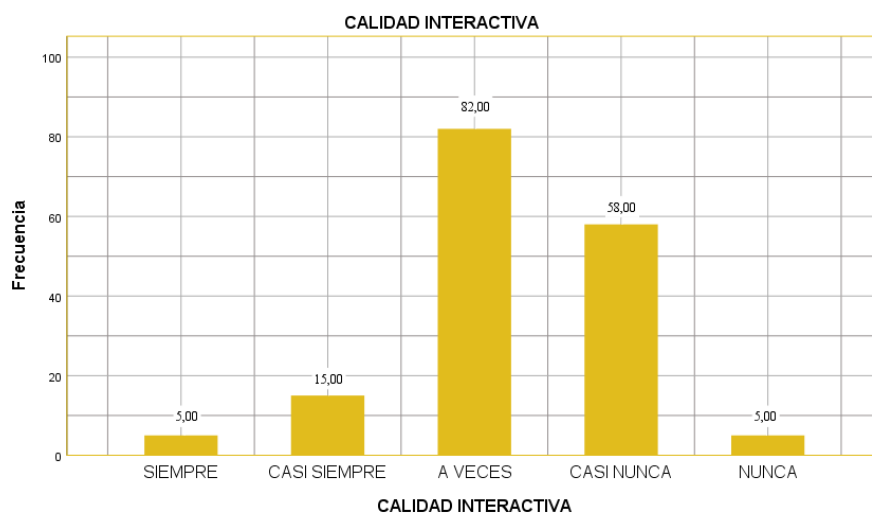
Resultado dimensión Calidad Interactiva

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	5	3,0	3,0	3,0
Casi siempre	15	9,1	9,1	12,1
A veces	82	49,7	49,7	61,8
Casi nunca	58	35,2	35,2	97,0
Nunca	5	3,0	3,0	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de Calidad de servicios

Gráfico N° 6

Resultado dimensión Calidad Interactiva



Interpretación:

La Tabla 11 y el gráfico 6 indican, de los 165 representantes encuestados, un 3,0% (5) indica que nunca se aplica la Calidad Interactiva en su centro de labores, así mismo el 35,2% (58) señalan que casi nunca se aplica, a su vez el 49,7% (82) a veces; en tanto un 9,1% (15) señala que casi siempre y finalmente; un 3,0% (5) señalan que siempre se aplica la Calidad Interactiva en su centro de labores.

Dimensión 2: Calidad Corporativa

Tabla N° 12

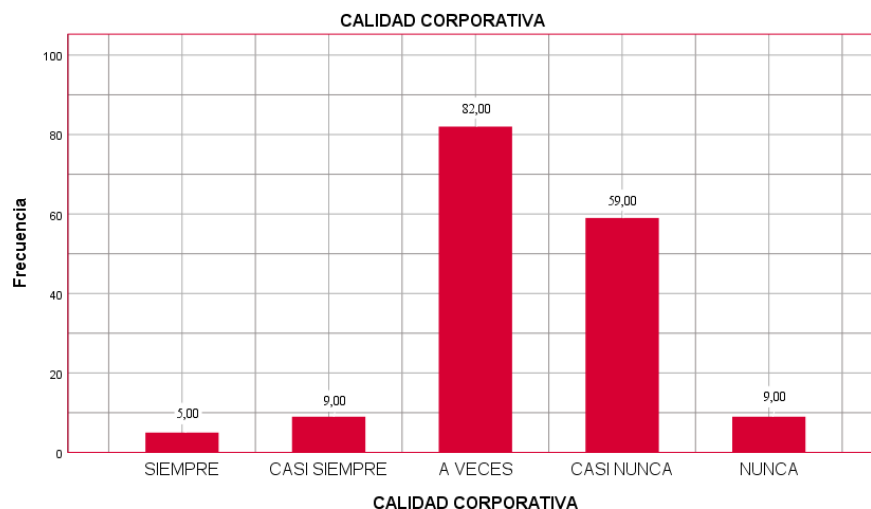
Resultado dimensión Calidad Corporativa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	5	3,0	3,0	3,0
Casi siempre	9	5,5	5,5	8,5
A veces	82	49,7	50,0	58,5
Casi nunca	59	35,8	36,0	94,5
Nunca	9	5,5	5,5	100,0
Total	164	99,4	100,0	
Perdidos Sistema	1	,6		
Total	165	100,0		

Fuente: Cuestionario de Calidad de servicios

Gráfico N° 7

Resultado dimensión Calidad Corporativa



Interpretación:

La Tabla 12 y el gráfico 7 indican que, de los 165 representantes encuestados, un 5,5% (9) indica que nunca se aplica la Calidad Corporativa en su centro de labores, así mismo el 35,8% (59) señalan que casi nunca se aplica, a su vez el 49,7% (82) a veces; en tanto un 5,5% (9) señala que casi siempre y finalmente; un 3,0% (5) señalan que siempre se aplica la Calidad Corporativa en su centro de labores.

Dimensión 3: Calidad Técnico Física

Tabla N° 13

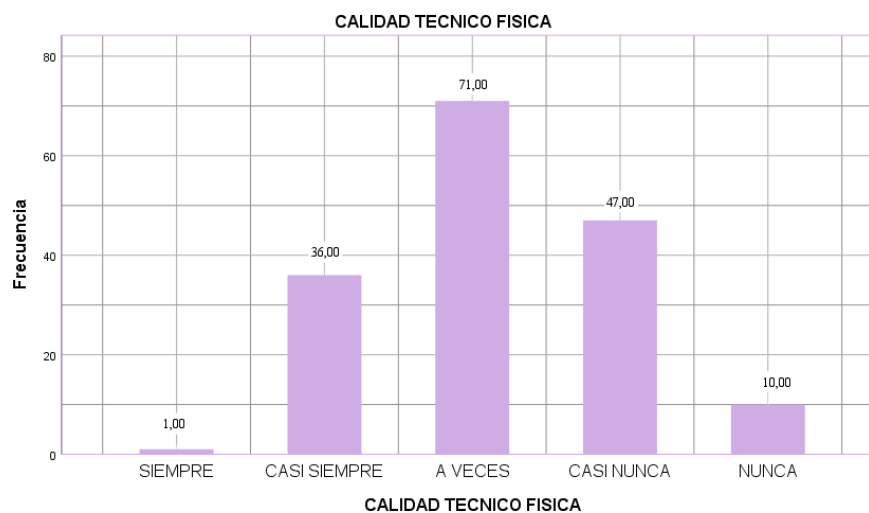
Resultado dimensión Calidad técnico física

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	1	,6	,6	,6
Casi siempre	36	21,8	21,8	22,4
A veces	71	43,0	43,0	65,5
Casi nunca	47	28,5	28,5	93,9
Nunca	10	6,1	6,1	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de Calidad de servicios

Gráfico N° 8

Resultado dimensión Calidad técnico física



Interpretación:

La Tabla 13 y el gráfico 8 muestran que, de los 165 representantes sometidos al cuestionario, un 6,1% (10) señala que nunca se aplica La Calidad Técnico Física en su centro de labores, así mismo el 28,5% (47) señalan que casi nunca se aplica, a su vez el 43,0% (71) a veces; mientras que un 21,8% (36) señala que casi siempre y finalmente; un 0,6% (1) señalan que siempre se aplica La Calidad Técnico Física en su centro de labores.

5.2. Contraste de hipótesis

En las pruebas, la teoría que se va a probar se combina con todo tipo de condiciones iniciales, así como con otras teorías, y luego las predicciones resultantes se comparan con la realidad (Popper, 1992).

5.2.1. Hipótesis General

H0: No existe una relación significativa entre Sistema de distribución de medicamentos y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo- 2022

H1: Existe una relación significativa entre Sistema de distribución de medicamentos y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo- 2022

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Determinación de la significancia y la prueba estadística:

Se usa una significancia del 5% ($\alpha=0,05$), para la prueba no paramétrica rho de Spearman, por ser la muestra menor a 50.

Regla de decisión: Se acepta H1 si el p-valor $\leq 0,050$

Se acepta H0 si el p-valor $> 0,050$

Tabla N° 14

Correlación entre Sistema de distribución de medicamentos y la calidad de servicio

		Sistema de distribución	Calidad de servicio
Sistema de distribución	Correlación de Pearson	1	,822**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	165	165
Calidad de servicio	Correlación de Pearson	,822**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	165	165

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

Interpretación: Se puede ver que el valor de $r = 0.822$ entre Sistema de distribución de medicamentos y la calidad de servicio, muestra una correlación alta según la tabla de la valoración r de Pearson, y la significancia ($p=0.000 < 0.05$) lo cual evidencia una relación significativa.

Decisión Estadística: Se desestima la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que indica: Existe relación significativa entre Sistema de distribución de medicamentos y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo- 2022. ($p = 0.0000 < 0.05$).

Tabla N° 15

Tabla de la valoración r de Pearson

Valor	Criterio
$R = 1,00$	Correlación grande, perfecta y positiva
$0,90 \leq r < 1,00$	Correlación muy alta
$0,70 \leq r < 0,90$	Correlación alta
$0,40 \leq r < 0,70$	Correlación moderada
$0,20 \leq r < 0,40$	Correlación muy baja
$r = 0,00$	Correlación nula
$r = -1,00$	Correlación grande, perfecta y negativa

5.2.2. Hipótesis específica 1

H0: No existe una relación significativa entre Optimización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022.

H1: Existe una relación significativa entre Optimización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022.

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Determinación de la significancia y la prueba estadística:

Se usa una significancia del 5% ($\alpha=0,05$), para la prueba no paramétrica rho de Spearman, por ser la muestra menor a 50.

Regla de decisión: Se acepta H1 si el p-valor $\leq 0,050$

Se acepta H0 si el p-valor $> 0,050$

Tabla N° 16

Correlacion entre Optimización y Calidad de servicio

		Optimización	Calidad de servicio
Optimización	Correlación de Pearson	1	,738
	Sig. (bilateral)		,000
	N	165	165
Calidad de servicio	Correlación de Pearson	,738	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	165	165

Fuente: Base de datos SPPS

Interpretación: Se puede ver que el valor de $r = 0.738$ entre Optimización y Calidad de servicio, muestra una correlación alta según la tabla de la valoración r de Pearson, y la significancia ($p=0.000 < 0.05$) lo cual evidencia una relación es significativa.

Decisión Estadística: Se desestima la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que indica: Existe relación significativa Optimización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022. ($p = 0.0000 < 0.05$).

Tabla N° 17

Tabla de la valoración r de Pearson

Valor	Criterio
$R = 1,00$	Correlación grande, perfecta y positiva
$0,90 \leq r < 1,00$	Correlación muy alta
$0,70 \leq r < 0,90$	Correlación alta
$0,40 \leq r < 0,70$	Correlación moderada
$0,20 \leq r < 0,40$	Correlación muy baja
$r = 0,00$	Correlación nula
$r = -1,00$	Correlación grande, perfecta y negativa

5.2.3. Hipótesis específica 2

H0: NO existe una relación significativa entre Colaboración y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022.

H1: Existe una relación significativa entre Colaboración y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022.

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Determinación de la significancia y la prueba estadística:

Se usa una significancia del 5% ($\alpha=0,05$), para la prueba no paramétrica rho de Spearman, por ser la muestra menor a 50.

Regla de decisión: Se acepta H1 si el p-valor $\leq 0,050$

Se acepta H0 si el p-valor $> 0,050$

Tabla N° 18

Correlacion entre Colaboración y Calidad de servicio

		Colaboración	Calidad de servicio
Colaboración	Correlación de Pearson	1	,654
	Sig. (bilateral)		,000
	N	165	165
Calidad de servicio	Correlación de Pearson	,654	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	165	165

Fuente: Base de datos SPSS

Interpretación: Se puede ver que el valor de $r = 0.654$ entre Colaboración y calidad de servicio, muestra una correlación moderada según la tabla de la valoración r de Pearson, y la significancia ($p=0.000<0.05$) lo cual evidencia una relación significativa.

Decisión Estadística: Se desestima la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que indica: Existe relación significativa entre Colaboración y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022. ($p = 0.0000 < 0.05$)

5.2.4. Hipótesis específica 3

H0: NO existe una relación significativa entre Sincronización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022.

H1: Existe una relación significativa entre Sincronización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022.

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Determinación de la significancia y la prueba estadística:

Se usa una significancia del 5% ($\alpha=0,05$), para la prueba no paramétrica rho de Spearman, por ser la muestra menor a 50.

Regla de decisión: Se acepta H1 si el p-valor $\leq 0,050$

Se acepta H0 si el p-valor $> 0,050$

Tabla N° 19

Correlacion entre Sincronización y Calidad de servicio

		Sincronización	Calidad de servicio
Sincronización	Correlación de Pearson	1	,792
	Sig. (bilateral)		,000
	N	165	165
Calidad de servicio	Correlación de Pearson	,792	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	165	165

Fuente: Base de datos SPSS

Interpretación: Se puede ver que el valor de $r = 0.792$ entre Sincronización y calidad de servicio, muestra una correlación alta según la tabla de la valoración r de Pearson, y la significancia ($p=0.000 < 0.05$) lo cual evidencia una relación significativa.

Decisión Estadística: Se desestima la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que indica: Existe relación significativa entre Sincronización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022. ($p = 0.0000 <$

Tabla N° 20

Tabla de la valoración r de Pearson

Valor	Criterio
$R = 1,00$	Correlación grande, perfecta y positiva
$0,90 \leq r < 1,00$	Correlación muy alta
$0,70 \leq r < 0,90$	Correlación alta
$0,40 \leq r < 0,70$	Correlación moderada
$0,20 \leq r < 0,40$	Correlación muy baja
$r = 0,00$	Correlación nula
$r = -1,00$	Correlación grande, perfecta y negativa

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El propósito de la investigación fue determinar la relación entre el sistema de distribución de medicamentos y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022; en particular, poder disponer del conocimiento como en estos tiempos de cambio radical; donde los consumidores consideran la calidad del servicio de las organizaciones a las que compran bienes y servicios y donde la pandemia del Covid-19 ha provocado algunos cambios en su comportamiento de compra y donde se han evidenciado nuevos patrones habituales. El estudio consideró a los clientes de la empresa Dimexa de la ciudad de Huancayo, y cómo se podrían mejorar las expectativas de calidad de servicio dentro del sistema de distribución de medicamentos, particularmente para asegurar los procesos de venta.

Los resultados obtenidos sirvieron para medir el grado de relación entre las variables del sistema de distribución y la calidad del servicio. Esto fue posible a través de la encuesta realizada a la muestra correspondiente y la posterior aplicación de las estadísticas de prueba; Se obtuvo una significación bilateral de 0,000. Esto permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa. Se conoció que cuando se tuvo en cuenta la correlación de Pearson se pudo determinar un valor de 0.822**, con lo cual se logra una alta correlación positiva. Esto quiere decir que se puede mejorar la calidad de servicio de una empresa a través de procesos logísticos estratégicos en el sistema de ventas, mediante la aplicación de estrategias en nuevos modelos de canales de venta.

Quispe, J. (2017). En su investigación el objetivo fue determinar cómo se relaciona la gestión del abastecimiento de medicamentos con la calidad de los servicios recibidos por los pacientes internos del Hospital María Auxiliadora en el año 2017. Para la obtención del título de maestría universitaria, el tipo de investigación

realizada se enmarcó en una investigación cuantitativa cuyo diseño fue descriptivo-correlacional. La población estuvo constituida por 140 pacientes de medicina interna. La muestra estuvo conformada por 102 clientes internos, número determinado mediante la fórmula estadística y muestreo aleatorio simple. Se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, que consta de 20 ítems para la variable gestión de la oferta y 22 para la variable calidad del servicio; Instrumento validado por investigadores experimentados que determinaron su aplicabilidad y el resultado alfa de Cronbach ($\alpha = 0.957$) que mostró alta confiabilidad. Para determinar la relación entre las variables de estudio se utilizó la prueba de la rho paramétrica de Spearman con un nivel de significación de 0,05. Los resultados mostraron que existe un alto grado de correlación ($RS = 0,619$) entre ambas variables y se concluyó que existe una asociación significativa ($p = 0,000$) entre la gestión del suministro de medicamentos y la calidad del mismo. Servicio en la Farmacia Central del Hospital Auxiliadora María en el año 2017.

Así mismo, García, M.; Alcaraz, A. & Fernández, Í. (2013), indican que, Desde un punto de vista económico, la distribución comercial es un eje organizador del intercambio, mientras que, desde un punto de vista social, la distribución comercial es una importante fuente de empleo. En este sentido, todos los intermediarios que componen el sistema de mercado aportan una parte importante al conjunto de la economía y se convierten en un sector generador de numerosos puestos de trabajo en nuestro país.

Referente al primer objetivo específico de la presente investigación que es: *Establecer la relación entre la optimización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo - 2022*, la aplicación del estadístico de prueba obtuvo los siguientes resultados, una significación, a dos caras igual a 0,000; entre la dimensión optimización

y la variable calidad de servicio, lo que permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa; además se obtuvo un nivel de correlación Rho de Spearman igual a $0,738^{**}$, con lo que se puede afirmar la estimación en la hipótesis general de la existencia de una relación significativa entre las variables mencionadas con un alto valor de correlación positiva. Considerando por lo tanto que el flujo se orienta específicamente hacia la optimización del sistema de distribución, entre ellos los canales de distribución y su importancia con la percepción de la calidad del servicio.

Cuadros, L. (2017) en su investigación, para la obtención del grado de maestro, tuvo como objetivo diseñar un proceso de un sistema de distribución de la empresa Ingenierías Químicas con el fin de optimizar los tiempos de entrega en Bogotá, Colombia, gracias a la gestión logística. El proyecto se enmarca en una de las variantes del problema de rutas vehiculares, que consiste en determinar un conjunto de rutas que inician y terminan con un solo vehículo en un mismo depósito, con el fin de minimizar los costos globales de transporte para atender la demanda, considerando capacidad vehicular limitada, Restricciones de tiempo y otras restricciones operativas. cada; y el Problema de enrutamiento de vehículos de capacidad (CVRP), cuyo objetivo es minimizar las distancias de ruta y maximizar la cantidad de entregas diarias. En base al número de puntos atendidos por el vehículo de la empresa y las distancias entre ellos, se propone su zonificación, teniendo en cuenta la ubicación geográfica y las distancias asimétricas entre los puntos, resultando cuatro zonas para realizar el cálculo de los modelos anteriores. Para validar el modelo propuesto, se toma como punto de partida para el cálculo de costos, distancias y tiempos reales, los datos históricos de viajes durante una semana promedio; Estos datos se comparan con los resultados para estos tres aspectos obtenidos por el modelo matemático propuesto y demuestran claramente los beneficios que la empresa obtendrá de los cambios propuestos en su modelo de ruta.

Así mismo, Fisher L. & Espejo, J. (2011). En el libro *Marketing define: La distribución* consiste en la circulación de los productos, se refiere a diferentes funciones y procesos, incluyendo los físicos, aquí mide variables como el transporte, empaque y almacenamiento de la mercancía para llegar al público objetivo. También se relaciona con los procesos de comunicación que son factores de ordenación del nivel de servicio. Con esto conseguimos: los beneficios de tiempo, lugar y posesiones.

Con respecto al segundo objetivo específico: *Identificar la relación entre la colaboración y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo - 2022*; Después de procesar A partir de los datos se obtuvieron resultados tales como alcanzar una significancia de dos colas de 0,000. entre la dimensión colaboración y la variable calidad de servicio, y con el valor “P” = 0.05, esto nos permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa; Además, se determinó un nivel de correlación rho de Spearman de 0,654**, expresando la presencia de una relación significativa con un alto valor de correlación positiva. Vale la pena señalar que la colaboración significa trabajar en conjunto con una o más personas para realizar una tarea o alcanzar una meta, y desarrollar la interactividad de la empresa con los clientes a través de estrategias de ventas.

Del mismo modo, Silva-Treviño, Juan Gilberto, Macías-Hernández, Bárbara Azucena, Tello-Leal, Edgar & Delgado-Rivas, Jesús Gerardo (2021). Indican que, La relación entre la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y la lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa de retail en México. La Calidad de Servicio es vista como una alternativa que permite a las empresas obtener una ventaja competitiva y sostenible en un entorno económico globalizado. Las pequeñas y medianas empresas necesitan brindar un servicio de mayor calidad que las grandes empresas, ganando así la preferencia de los clientes. El objetivo de este estudio fue determinar la relación entre la variable

calidad del servicio y las variables satisfacción y fidelización del cliente. Se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman y un método estadístico basado en el análisis factorial exploratorio para extraer la varianza máxima del conjunto de datos dentro de cada factor. Los resultados permitieron observar una correlación altamente significativa, positiva y fuerte de la variable calidad del servicio con la satisfacción del cliente ($r=0,820$) y la lealtad del cliente ($r=0,803$). Otro resultado importante fue la conexión entre la dimensión de aspectos materiales y las variables satisfacción del cliente ($r = 0,910$) y lealtad del cliente ($r = 0,919$). Por otro lado, en el análisis factorial utilizando la varianza total explicada, se observó que el valor propio es mayor a 1 en los primeros cinco casos, alcanzando el porcentaje de varianza en su primer factor un valor máximo de 54.886%. Entonces con cinco factores es posible explicar el 73.713% de la varianza de todos los datos originales. El estudio demostró la limitación de su aplicación en una sola empresa. Se confirmó que la calidad del servicio a través de una mejor escucha y una mejor atención al cliente es una excelente herramienta para la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa.

Así mismo, Vásquez, R. & Trespalacios, R. (1999), indican que la separación geográfica entre productores y consumidores exige el establecimiento de medios y fórmulas para hacer accesibles a los consumidores los bienes producidos por los productores. En este sentido, la distribución comercial incluye todos los procesos necesarios para hacer accesibles los productos a los consumidores. fabricado bajo ciertas condiciones de lugar, tiempo, forma y cantidad.

Como tercer objetivo específico, se mencionó: *Identificar la relación entre la sincronización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022*, mientras que la sincronización es algo que muchas empresas establecen como objetivo estratégico; pero fundamentalmente por los canales de distribución apoyados en el nivel de

sincronización y satisfacción en relación a las expectativas expresadas y satisfechas por la empresa a través del uso estratégico de mejores canales de distribución; Desarrollan lazos muy especiales de admiración y atención. Los resultados obtenidos tienen una significación bilateral de 0,000; entre la dimensión sincronización y la variable calidad de servicio; Además, se determinó un nivel de correlación Rho de Spearman de 0.792**, lo que confirma la existencia de una relación significativa entre las variables mencionadas con un valor de correlación positivo.

Vásquez, S. (2020) En su tesis para obtener el grado académico de docente, el objetivo fue Conocer la relación entre la gestión de insumos y la distribución de insumos y medicamentos en el Hospital Regional Guillermo Díaz de la Vega. La naturaleza del estudio es no experimental con un diseño correlativo. La muestra estuvo conformada por 17 empleados del departamento de farmacia del hospital regional. Para este estudio se utilizó como instrumento el cuestionario. Entre los resultados obtenidos, en cuanto a la hipótesis general, se destaca que se confirmó que existe una alta y significativa correlación entre la gestión de stocks y la distribución de stocks y medicamentos; El estudio también muestra que la gestión de suministros se encuentra en un buen nivel, mientras que la distribución de suministros de socorro y medicamentos muestra un buen resultado. El estudio concluye que existe una asociación alta y significativa, con un coeficiente de correlación de Pearson de (0,878), diciendo que la gestión del cuidado es influenciada por la distribución de insumos y medicamentos.

También, Giese y Cote (2019). Indican que se entiende que la calidad de servicio es la atención que las personas le dan a los consumidores y usuarios que quieren disfrutar del servicio, interpreten como lo haremos y que necesidades tienen nuestros clientes, como lo perciben; Una vez reconocido esto, se debe trabajar en el enfoque que se le quiere dar, y esto debe hacerse en una distribución organizada y racional, de manera que quede

en el consumidor como una satisfacción general, tanto interna como externa, es decir, cómo la organización pone juntos es parte del empleado. La amabilidad hacia los compañeros y en general hacia el equipo, que es la primera impresión que damos al ofrecer nuestros productos y servicios, juega un papel sumamente importante.

Conclusiones

Realizadas las pruebas correspondientes, se presentan las conclusiones:

- ✓ Considerando que el objetivo general de la investigación, se estableció como: determinar la relación entre el sistema de distribución de medicamentos y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo - 2022; y habiendo aplicado el estadístico de prueba de Rho de Spearman, se halló una significación bilateral igual a 0,000 que siendo menor al alfa determinado igual a 0,05, permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna; quiere decir que el sistema de distribución se relaciona significativamente con la calidad de servicio, alcanzando un valor de significancia igual a 0,822** determinada como positiva alta en la escala de Spearman.
- ✓ En el presente trabajo se estableció como primer objetivo específico: Establecer la relación entre optimización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022; concluida el análisis de los resultados de la estadística inferencial y a la aplicación del Estadístico Rho de Spearman, se halló una significación bilateral igual a 0,000 y haciendo la comparación con el alfa establecido igual a 0.05, permitió plantear el rechazo de la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, es decir la existencia de una relación entre la dimensión optimización y la variable calidad de servicio y según la escala de Spearman con un valor igual a 0,738** la significancia es una correlación positiva alta.
- ✓ Tomando en cuenta lo establecido como segundo objetivo específico: *Identificar la relación entre la colaboración y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo - 2022*; se realizó el análisis de los datos obtenidos de la estadística

inferencial obtenida de la aplicación del estadístico de la prueba rho de Spearman; determinando que el nivel de significación entre la dimensión colaboración y la variable calidad de servicio fue igual a 0,000; lo que permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa ya que el valor obtenido fue menor al alfa establecido que fue de 0.05; Los resultados mostraron un nivel significativo de relación, lo que se sustenta en el valor de correlación encontrado de 0.654**, alcanzando un valor positivo alto basado en la escala de Spearman.

- ✓ Se estableció en el tercer objetivo específico: *Identificar la relación entre la sincronización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022*; utilizando el estadístico de la prueba Rho de Spearman, se encontró una significancia bilateral de 0.000 entre la dimensión sincronización y la variable calidad de servicio, y teniendo en cuenta el valor alfa de 0.05, permitiéndonos rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa; es decir, la existencia de una relación significativa, que según la correlación de Pearson fue de 0,792**, que según la escala de Pearson alcanza un valor de correlación positivo alto.

Recomendaciones

- A los socios, poner en marcha un programa de capacitación para todo el personal de contacto de las farmacias y boticas que tienen vínculo con la Distribuidora Dimexa con el fin de mejorar la dispensación, atención al cliente y conocimiento profundo de los principales medicamentos que existen en el portafolio de servicios.
- ✓ A las farmacias y boticas implicadas en la investigación, la coordinación permanente con la Distribuidora Dimexa para realizar una adecuada selección de indicadores de disponibilidad de productos farmacéuticos para beneficiarse de una mejor medición y evaluación de la disponibilidad, los indicadores orientarán la gestión y contribuirán a la toma de decisiones en materia de eliminación de medicamentos.
- ✓ Potenciar estrategias logísticas de sistemas de distribución de productos relacionados a los medicamentos; la gestión de pedidos se vuelve más compleja a medida que se generan más ventas. En estos tiempos actuales está creciendo de manera significativa, la sincronización de productos y la empresa es fundamental. Hay muchos elementos que se pueden sincronizar: precios, pedidos, facturas, stock.
- ✓ A las farmacias y boticas estudiadas, es favorecer el sistema de seguimiento de la gestión farmacéutica y de los medicamentos, toda vez que los procesos de control en la gestión van dirigidos a controlar la disponibilidad de medicamentos, medidas implementadas para lograr este objetivo.

Referencias Bibliográficas

- Adí, G. (2003). Medición de la calidad de los Servicios. Buenos Aires. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/2017/03/11CA201602.pdf>.
- Baena, Guillermina (2014). Metodología de la Investigación. 3° Edición. Grupo Editorial Patria. Retrieved from <http://ebookcentral.proquest.com>.
- Barlart, M. (2018). La empatía: La clave para conectar con los demás. Claves del poder personal, 50, 2. Obtenido de http://www.gres.org/nuevoarticulo/art_250512.pdf.
- Barturen, P. (2019). *Repositorio de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*. Obtenido de Facultad de Psicología: <http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/handle/20.500.12423/1703>
- Batson, C., Fultz, J. Vanderplas, M. & Isen, A. (1983). Influence of self-reported distress and empathy on egoist versus altruistic motivation to help. *Journal of personality and social Psychology* (45), 706-718. Obtenido de <http://psycnet.apa.org/buy/1984-12185-001>.
- Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación. (3ra. Ed.). (P. Hall, Ed.) Colombia: Pearson.
- Blanco, J. (2009). Medición de la satisfacción del cliente del restaurante museo taurino y formulación de estrategias de servicio para la creación de valor. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. Obtenido de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economía/tesis356.pdf>.
- Camisón, César; Cruz, Sonia; Gonzáles, Tomás. (2012). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson. Prentice Hall.
- Caballero, A. M. (2018). Procesos logísticos y dispensación de medicamentos en Farmacia del Instituto nacional de salud mental Honorio Delgado – Hideyo Noguchi, 2018 (Tesis de maestría, Universidad César vallejo). Repositorio Institucional UNCV. <Http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/24495>
- Cárdenas, W. (2018). *Repositorio de la Universidad César Vallejo*. Obtenido de Posgrado de la Universidad César vallejo: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/26409>
- Cárdenas, L. (2018). Dispensación de medicamentos en relación con la satisfacción de pacientes en el centro de salud Pachacútec primer nivel. Cajamarca. 2018 (Tesis de maestría, Universidad César Vallejo). Repositorio Institucional UNCV. <http://repositorio>.

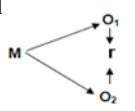
Ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27790/cardenas_I.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Figueroa, M. (2018). Propuesta de un modelo de gestión por procesos logísticos para mejorar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa alimentos EL sabor Cía. Ltda (Tesis de maestría. Universidad católica de Santiago de Guayaquil). Repositorio Institucional UCSG. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10842/1//T-UCSG-POS-MAE-17.pdf>
- Fisher, L. & espejo, J. (2011). Mercadotecnia “Canal de distribución”, “Diseño de canales de Distribución”. (Cuarta ed.) México: Mc Graw Hill
- García Arellano, H. (2016). “Propuesta de indicadores de calidad del servicio al cliente en una empresa manufacturera de productos de transmisión de potencia”. México. Obtenido de <http://148.204.210.201/tesis/1471374614461HugoGarciaAr.pdf>
- García, J. (2016). Metodología de la investigación para administradores. Bogotá. Ediciones de la U.
- Hernández, M. & Orueta, R. (2019). Desabastecimiento de medicamentos en España. Un problema de salud. Elsevier. (Internet). 019; (Citado el 07 de marzo 2021).51(10)599-601; disponible en : <http://doi.org/10.1016/j.aprim.2019.08.006>
- Hernández, R. (2017). Fundamentos de investigación. Méxic: Mc Graw Hill
- Hernández, R., Fernández; C. & Baptista, M. d. (2014). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill.
- López G (2010). “La confianza es un elemento dinamizador del éxito organizacional y empresarial en la perspectiva teórica del paradigma ecológico.” Florida Valle del Cauca. Recuperado de <https://library.iliauni.edu.ge/wp-content/uploads/2017/03/La-Confianza-Elemento-Dinamizador-Del-Xito-Organizacional-Y-Empresarial-En-La-Perspectiva-Teor-Ética-Del-Paradigma-Ecol-Gico.pdf>
- Lostanau, J. (2018). Repositorio de la Universidad Norbert Wiener. Obtenido de Escuela de Posgrado: <http://repositorio.uwiener.edu.pe/xmlui/handle/123456789/2374>
- Luis G (2019). Archivos de la Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de repositorios latinoamericanos: <https://repositorioslatinoamericano.uchile.cl/handle/2250/3207071>
- Maggi, W. (2018). Archivos de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado del Repositorio de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9976/1//T-UCSG-POS-MGSS-115.pdf>.

- Mantari, D. & Quispe, M. (2019). Propuesta de mejora del proceso logístico de productos farmacéuticos en la empresa de servicios Santa Úrsula, Arequipa, 2019.
- Mercado Rey, M. (2020). Revista de la Facultad de Medicina. Cielo Perú. Obtenido de Universidad de Los Andes del Perú: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-05312020000300397
- Mora, C. (2011). redaylix. Extracto de Revista Brasileira: <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>.
- Mucha, L. (2018). Validez de los métodos y confiabilidad de los instrumentos de investigación. Editorial Académica Española – Moldavia.
- Muñoz, C. (2015). Cómo desarrollar y supervisar trabajos de investigación. México: Pearson.
- Organización Mundial de la Salud. (2008). investigaciones sobre seguridad del paciente. Organización Mundial de la Salud, 6-10. Recuperado el 5 de marzo de 2019 de <https://www.who.int/patientsafety/research/es/>
- Orozco, G. (2018). El concepto de seguridad en la teoría de las relaciones internacionales. Fundación CIDOB, 161-180. Recuperado de Fundación CIDOB: <https://core.ac.uk/download/pdf/39008156.pdf>
- Popper, K. (1992). La lógica de la investigación científica. Editorial Tecnos – Madrid – España. Recuperado de: <http://psikolibro.blogspot.com>
- Rodríguez, A. (2020). Blog Lifer. Obtenido de Lifer: <https://www.lifer.com/teorias-calidad/>
- Sáenz de Vicuña, J. (2001). Distribución comercial: opciones estratégicas. Editorial ESIC. Madrid, España.
- Sánchez Carlessi, H. & Reyes Meza, C. (1998). Metodología y diseños en la investigación científica. Lima Perú: Mantaro.
- Sánchez, Hugo; Reyes, Carlos. (2009). Metodología y diseños en la investigación científica. Lima: Mantaro.
- Santiago, J. & Zárate, M. (2011). repositorio de la UNSCH. Obtenido del repositorio de la UNSCH: <http://unsch.edu.pe>.
- Vesga, L. (2012). validez y fiabilidad. Obtenido de Validez y Confiabilidad: <archivo:///C:/Users/EQUIPO/Downloads/1009-2338-1-SM.pdf>.
- Vía Puente, L.M. (2017). Nivel de satisfacción con la calidad de atención en la región. Lima: Escuela de Posgrado, Universidad Ce

Anexos

ANEXO 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA
SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN DE MEDICAMENTOS Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA DIMEXA, HUANCAYO – 2022

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>Problema General: ¿Qué relación existe entre el sistema de distribución de medicamentos y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo - 2022?</p>	<p>Objetivo General: Establecer la relación entre los sistemas de distribución de medicamentos y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo - 2022.</p>	<p>Hipótesis General: Existe relación significativa entre el sistema de distribución de medicamentos y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo - 2022.</p>	<p>Variable 1 Sistema de distribución</p>	<p>1. Optimización</p> <hr/> <p>2. Colaboración</p> <hr/> <p>3. Sincronización</p>	<p>Método general: Científico. Método específico: Inductivo – Deductivo. Tipo de Investigación Básica Nivel de la investiga.: Correlacional Diseño No experimental: Transversal - Correlacional</p>  <p>M = Muestra Ox = Observación de la variable 1 Oy = Observación de la variable 2 r = Nivel de relación entre variables.</p> <p>Población: Clientes de la Empresa Dimexa. Muestreo: Clientes de la Empresa Dimexa. Técnicas: Observación. Entrevistas. Encuesta. Instrumentos: Ficha de observación. Guía de entrevistas. Cuestionario.</p>
<p>Problema Específico 1. ¿Cuál es la relación entre la optimización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo - 2022?</p>	<p>Objetivo Específico 1. Establecer la relación entre la optimización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo - 2022.</p>	<p>Hipótesis Específica 1. Existe relación significativa entre la optimización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo - 2022.</p>		<p>1. Calidad interactiva</p> <hr/> <p>2. Calidad corporativa</p> <hr/> <p>3. Calidad técnica física</p>	
<p>Problema Específico 2 ¿Cuál es la relación entre la colaboración y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo - 2022?</p>	<p>Objetivo Específico 2. Identificar la relación entre la colaboración y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo - 2022.</p>	<p>Hipótesis Específica 2. Existe relación significativa entre la colaboración y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo - 2022.</p>	<p>Variable 2 Calidad de servicio</p>		
<p>Problema Específico 3. ¿Cuál es la relación entre la sincronización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo - 2022?</p>	<p>Objetivo Específico 3. Identificar la relación entre la sincronización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo - 2022.</p>	<p>Hipótesis Específica 3. Existe relación significativa entre la sincronización y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo - 2022.</p>			

ANEXO 2. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN DE MEDICAMENTOS Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA DIMEXA – 2022

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO	ESCALA
Variable 1 = Sistema de distribución	Conjunto de procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final, en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean.	La variable 1, se medirá en dimensiones: optimización, colaboración y sincronización con una evaluación de 9 ítems.	1. Optimización 2. Colaboración 3. Sincronización	<ul style="list-style-type: none"> • Medios administrativos • Equipo humano • Inventario • Vinculación • Clientes • Proveedores • Tiempo • Capacidad • Proceso 	Cuestionario. Dirigido a los clientes de Dimexa	Ordinal
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO	ESCALA
Variable 2 = Calidad de servicio	Juicio global del cliente sobre la excelencia o superioridad global del producto y/o servicio.	La variable 2, se medirá en dimensiones calidad interactiva, calidad corporativa y calidad física, con una evaluación de 14 ítems.	1. Calidad interactiva 2. Calidad corporativa 3. Calidad técnica física	<ul style="list-style-type: none"> • Confiabilidad • Capacidad de respuesta • Seguridad • Empatía • Bienes tangibles 	Cuestionario. Dirigido a los clientes de Dimexa	Ordinal

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 3. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DEL INSTRUMENTO

SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN DE MEDICAMENTOS Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA DIMEXA – 2022

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	REACTIVO	CUESTIONARIO	ENTREVISTA	
Variable 1 = Sistema de distribución	1. Optimización	• Medios administrativos	Los empleados de Dimexa cuentan con las maquinarias y equipos necesarios para cumplir con el servicio de distribución.	X		
		• Equipo humano	Considera que el equipo de colaboradores de distribución de Dimexa, trabajan en coordinación para atender a sus clientes.	X		
		• Inventario	Dimexa cuenta con reservas de medicamentos para ser atendidas en ocasión de emergencia.		X	
	2. Colaboración	• Vinculación	El personal de Dimexa se preocupa en proporcionar los medicamentos a los clientes, aunque no sean de su zona de distribución.			X
		• Clientes	Los clientes de Dimexa contribuyen a que los procesos de atención sean rápidos.	X		
		• Proveedores	Dimexa cuenta con colaboradores que tienen conocimiento farmacéutico para atender a sus clientes.	X		
	3. Sincronización	• Tiempo	El personal de Dimexa procura atender al cliente en menor tiempo posible	X		
		• Capacidad	Dimexa tiene la capacidad logística para distribuir los medicamentos oportunamente.	X		
		• Proceso	Los procesos de atención en Dimexa son rápidos por que posee personal entrenado para agilizar la distribución.	X		
	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	REACTIVO	CUESTIONARIO	ENTREVISTA
Variable 2 = Calidad de servicios	1. Calidad interactiva	• Confiabilidad	Cuando Dimexa promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple.	X		
			Cuando usted tiene un problema, Dimexa muestra sincero interés por resolverlo.	X		
			Dimexa mantiene informados a sus clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios.		X	

	• Capacidad de respuesta	Los colaboradores de Dimexa le brindan el servicio con prontitud.	X	
		Los colaboradores de Dimexa siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes.	X	
2. Calidad corporativa	• Seguridad	El comportamiento de los colaboradores de Dimexa le inspira confianza	X	
		Se siente seguro al recibir sus pedidos por la calidad de sus colaboradores de Dimexa.	X	
		Los colaboradores de Dimexa cuentan con el conocimiento para responder sus consultas.	X	
		Dimexa le brinda atención individualizada.	X	
	• Empatía	Dimexa cuenta con colaboradores que le brindan atención personalizada.		X
		Los colaboradores de Dimexa entienden sus necesidades específicas.	X	
3. Calidad técnico física	• Bienes tangibles	Los medios de transporte de Dimexa son modernos.	X	
		Los materiales asociados a la distribución de Dimexa son visualmente atractivos.	X	
		El horario de distribución de Dimexa son convenientes.	X	

Fuente: Elaboración propia

**ANEXO N° 4.
CUESTIONARIO**

Estimado cliente de la empresa Dimexa, este cuestionario es para pedirle que nos muestre su aprecio por los servicios de distribución de Dimexa y la calidad del servicio. El objetivo de la investigación es mejorar los servicios de distribución a sus clientes. Por lo cual te pido que marques la alternativa correspondiente de acuerdo a tu experiencia con Dimexa.

TABLA DE VALORACION

- 1** Siempre
- 2** Casi siempre
- 3** A veces
- 4** Casi nunca
- 5** Nunca

SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN					
OPTIMIZACIÓN	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
1. Los empleados de Dimexa cuentan con las maquinarias y equipos necesarios para cumplir con el servicio de distribución.					
2. Considera que el equipo de colaboradores de distribución de Dimexa, trabajan en coordinación para atender a sus clientes.					
3. Dimexa cuenta con reservas de medicamentos para ser atendidas en ocasión de emergencia.					
COLABORACIÓN	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
4. El personal de Dimexa se preocupa en proporcionar los medicamentos a los clientes, aunque no sean de su zona de distribución.					
5. Los clientes de Dimexa contribuyen a que los procesos de atención sean rápidos.					
6. Dimexa cuenta con colaboradores que tienen conocimiento farmacéutico para atender a sus clientes.					
SINCRONIZACIÓN	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
7. El personal de Dimexa procura atender al cliente en menor tiempo posible.					
8. Dimexa tiene la capacidad logística para distribuir los medicamentos oportunamente.					
9. Los procesos de atención en Dimexa son rápidos por que posee personal entrenado para agilizar la distribución.					

ANEXO 4. CUESTIONARIO

Estimado cliente de la empresa Dimexa, Con este cuestionario nos gustaría pedirle que exprese su agradecimiento por los servicios de ventas de Dimexa y la calidad del servicio. El objetivo de la investigación es mejorar los servicios de venta para sus clientes. Para ello te pido que marques la alternativa adecuada según tu experiencia con Dimexa.

TABLA DE VALORACION

- 1 Siempre
- 2 Casi siempre
- 3 A veces
- 4 Casi nunca
- 5 Nunca

CALIDAD DE SERVICIOS					
CALIDAD INTERACTIVA	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
10. Cuando Dimexa promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple.					
11. Cuando usted tiene un problema, Dimexa muestra sincero interés por resolverlo.					
12. Dimexa mantiene informados a sus clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios.					
13. Los colaboradores de Dimexa le brindan el servicio con prontitud.					
14. Los colaboradores de Dimexa siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes.					
CALIDAD CORPORATIVA	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
15. El comportamiento de los colaboradores de Dimexa le inspira confianza.					
16. Se siente seguro al recibir sus pedidos por la calidad de sus colaboradores de Dimexa.					
17. Los colaboradores de Dimexa cuentan con el conocimiento para responder sus consultas.					
18. Dimexa le brinda atención individualizada.					
19. Dimexa cuenta con colaboradores que le brindan atención personalizada.					
20. Los colaboradores de Dimexa entienden sus necesidades específicas.					
CALIDAD FÍSICA	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
21. Los medios de transporte de Dimexa son modernos.					
22. Los materiales asociados a la distribución de Dimexa son visualmente atractivos.					
23. El horario de distribución de Dimexa son convenientes.					

ANEXO N° 5

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Planilla Juicio de Expertos

Estimado Juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar los instrumentos que forman parte de la investigación: "**Sistema de Distribución de Medicamentos y Calidad de Servicio en la Empresa Dimexa, Huancayo - 2022**". La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para asegurar que los mismos sean válidos y utilicen eficientemente los resultados obtenidos. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del juez: Abdón Casiano, Maita Franco

Formación académica: Licenciado en Administración.

Áreas de experiencia profesional: Investigación y personal.

Tiempo: 20 años.

Actual: Docente universitario

Institución: Universidad Peruana Los Andes.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 2. Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total 3. Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 4. Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no es claro 2. El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 3. Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 4. El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 2. El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 3. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 4. El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1. No cumple con el criterio. 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 2. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 3. El ítem es relativamente importante 4. El ítem es muy relevante y debe ser incluido

Ficha informe de evaluación a cargo del experto

VARIABLE 1: SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN

Fuente: Tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumentos de investigación: Luis F. Mucha Hospinal

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ÍTEMS	OBSERVACIONES
D1	1	4	4	4	4	4	
	2	4	4	4	4	4	
	3	4	4	4	4	4	
D2	4	4	4	4	4	4	
	5	4	4	4	4	4	
	6	4	4	4	4	4	
D3	7	4	4	4	4	4	
	8	4	4	4	4	4	
	9	4	4	4	4	4	
EVALUACION CUALITATIVA POR CRITERIOS		4	4	4	4	4	



Dr. Abdón C. Maita Franco
CLAD N° 0228
Lic. en Administración

VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ÍTEMS	OBSERVACIONES
D1	10	4	4	4	4	4	
	11	4	4	4	4	4	
	12	4	4	4	4	4	
	13	4	4	4	4	4	
	14	4	4	4	4	4	
D2	15	4	4	4	4	4	
	16	4	4	4	4	4	
	17	4	4	4	4	4	
	18	4	4	4	4	4	
	19	4	4	4	4	4	
	20	4	4	4	4	4	
D3	21	4	4	4	4	4	
	22	4	4	4	4	4	
	23	4	4	4	4	4	
EVALUACION CUALITATIVA POR CRITERIOS		4	4	4	4	4	

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumentos de investigación: Luis F. Mucha Hospinal


Evaluación final por el experto: por criterios y ítems, tomando como medida de tendencia central: la moda.

Calificación:	<ol style="list-style-type: none"> 1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto
----------------------	---

Cuadro 1
Evaluación final

Experto	Grado Académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
Abdón Casiano, Maita Franco	DOCTOR EN GESTION PUBLICA Y GOBERNABILIDAD	28	Nivel alto

Sello y Firma:


Dr. Abdón C. Maita Franco
CLAD N° 0228
Lic. en Administración

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN

Planilla Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar los instrumentos que hace parte de la investigación: “ **Sistema de distribución de medicamentos y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022** “. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente.

Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del juez: Paul Denis Martínez Vitor

Formación académica: Licenciado en Administración.

Áreas de experiencia profesional: Investigación y emprendimiento.

Tiempo: 14 años.

Actual: Docente universitario

Institución: Universidad Peruana Los Andes.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 2. Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total 3. Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 4. Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no es claro 2. El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 3. Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 4. El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 2. El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 3. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 4. El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.

RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1. No cumple con el criterio. 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 2. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 3. El ítem es relativamente importante 4. El ítem es muy relevante y debe ser incluido
---	--	---

Ficha informe de evaluación a cargo del experto

VARIABLE 1: SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ÍTEMS	OBSERVACIONES
D1	1	4	4	4	4	4	
	2	4	4	4	4	4	
	3	4	4	4	4	4	
	4	4	4	4	4	4	
	5	4	4	4	4	4	
D2	6	4	4	4	4	4	
D3	7	4	4	4	4	4	
	8	4	4	4	4	4	
	9	4	4	4	4	4	
EVALUACION CUALITATIVA POR CRITERIOS		4	4	4	4	4	

Fuente: Tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumentos de investigación: Luis F. Mucha Hospinal



Mtro. Paul Denis Martinez Vitor
ADMINISTRADOR
CLAD - 03489

VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ÍTEMS	OBSERVACIONES
D1	10	4	4	4	4	4	
	11	4	4	4	4	4	
	12	4	4	4	4	4	
	13	4	4	4	4	4	
	14	4	4	4	4	4	
D2	15	4	4	4	4	4	
	16	4	4	4	4	4	
	17	4	4	4	4	4	
	18	4	4	4	4	4	
	19	4	4	4	4	4	
D3	20	4	4	4	4	4	
	21	4	4	4	4	4	
	22	4	4	4	4	4	
EVALUACION CUALITATIVA POR CRITERIOS	23	4	4	4	4	4	
		4	4	4	4	4	

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumentos de investigación: Luis F. Mucha Hospinal

Evaluación final por el experto: por criterios y ítems, tomando como medida de tendencia central: la moda.

- Calificación:**
1. No cumple con el criterio
 2. Nivel bajo
 3. Nivel moderado
 4. Nivel alto

Cuadro 1
Evaluación final

Experto	Grado Académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
Paul Denis Martínez Vitor	MAESTRO EN GESTIÓN ESTRATEGICA DE EMPRESAS	28	Nivel alto

Sello y Firma:



Mtro. Paul Denis Martínez Vitor
ADMINISTRADOR
CLAD - 03489

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN

Planilla Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar los instrumentos que hace parte de la investigación: “ **Sistema de distribución de medicamentos y la calidad de servicio en la empresa Dimexa, Huancayo – 2022** “. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente.

Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del juez: Melquiades Flavio Camayo Meza

Formación académica: Licenciado en Administración.

Áreas de experiencia profesional: Gestión pública y Docencia Universitaria.

Tiempo: 22 años.

Actual: Docente universitario

Institución: Universidad Peruana Los Andes.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 2. Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total 3. Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 4. Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no es claro 2. El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 3. Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 4. El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 2. El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 3. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 4. El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.

RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1. No cumple con el criterio. 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 2. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 3. El ítem es relativamente importante 4. El ítem es muy relevante y debe ser incluido
---	--	---

Ficha informe de evaluación a cargo del experto

VARIABLE 1: SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ÍTEMS	OBSERVACIONES
D1	1	4	4	4	4	4	
	2	4	4	4	4	4	
	3	4	4	4	4	4	
D2	4	4	4	4	4	4	
	5	4	4	4	4	4	
	6	4	4	4	4	4	
D3	7	4	4	4	4	4	
	8	4	4	4	4	4	
	9	4	4	4	4	4	
EVALUACION CUALITATIVA POR CRITERIOS		4	4	4	4	4	

Fuente: Tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumentos de investigación: Luis F. Mucha Hospinal



Mg. Melquiades Flavio Camayo Meza
 Docente Universitario

VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ÍTEMS	OBSERVACIONES
D1	10	4	4	4	4	4	
	11	4	4	4	4	4	
	12	4	4	4	4	4	
	13	4	4	4	4	4	
	14	4	4	4	4	4	
D2	15	4	4	4	4	4	
	16	4	4	4	4	4	
	17	4	4	4	4	4	
	18	4	4	4	4	4	
	19	4	4	4	4	4	
D3	20	4	4	4	4	4	
	21	4	4	4	4	4	
	22	4	4	4	4	4	
EVALUACION CUALITATIVA POR CRITERIOS	23	4	4	4	4	4	
		4	4	4	4	4	

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumentos de investigación: Luis F. Mucha Hospital

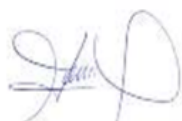
Evaluación final por el experto: por criterios y ítems, tomando como medida de tendencia central: la moda.

- Calificación:**
1. No cumple con el criterio
 2. Nivel bajo
 3. Nivel moderado
 4. Nivel alto

Cuadro 1
Evaluación final

Experto	Grado Académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
Melquiades Flavio Camayo Meza	MAGÍSTER EN GESTIÓN PÚBLICA	28	Nivel alto

Sello y Firma:



Mg. Melquiades Flavio Camayo Meza
Docente Universitario

ANEXO N° 6
CONSENTIMIENTO INFORMADO



CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO

El que suscribe administrador general de la EMPRESA DIMEXA S.A. con RUC 20100200700

Deja constancia que la Sta. MARJORIE MIRIAM FUERO JURADO identificada con DNI 74244438, va a desarrollar su trabajo de investigación en la empresa que dirijo, para lo cual le brindaremos las facilidades del caso

Se expide el presente certificado, para los fines que estime conveniente.

Huancayo 22 de enero del 2022

Atentamente


Edgar Antonio Castillo Espinoza
APODERADO
DNI 20424385

EDGAR ANTONIO CASTILLO ESPINOZA
Apoderado

ANEXO N° 7 EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS





**ANEXO N° 8
BASE DE DATOS**

ITEM	VARIABLE 1				VARIABLE 2			
	DM1	DM2	DM3	TOTAL	DM1	DM2	DM3	TOTAL
SUJETO	TOTAL	TOTAL	TOTAL		TOTAL	TOTAL	TOTAL	
1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	2	1
4	1	1	1	1	1	1	2	1
5	1	1	1	1	1	1	2	1
6	1	1	1	1	2	1	2	2
7	2	1	1	1	2	2	2	2
8	2	2	1	2	2	2	2	2
9	2	2	2	2	2	2	2	2
10	2	2	2	2	2	2	2	2
11	2	2	2	2	2	2	2	2
12	2	2	2	2	2	2	2	2
13	2	2	2	2	2	2	2	2
14	2	2	2	2	2	2	2	2
15	2	2	2	2	2	2	2	2
16	2	2	2	2	2	2	2	2
17	2	2	2	2	2	2	2	2
18	2	2	2	2	2	2	2	2
19	2	2	2	2	2	2	2	2
20	2	2	2	2	2	2	2	2
21	2	2	3	2	2	2	2	2

22	2	2	3	$\frac{2}{2}$	2	2	2	2
23	2	2	3	$\frac{2}{2}$	2	2	2	2
24	2	2	3	$\frac{3}{3}$	2	2	2	2
25	3	2	3	$\frac{3}{3}$	2	2	2	2
26	3	2	3	$\frac{3}{3}$	2	2	2	2
27	3	3	3	$\frac{3}{3}$	2	3	2	2
28	3	3	3	$\frac{3}{3}$	2	3	2	2
29	3	3	3	$\frac{3}{3}$	2	3	2	2
30	3	3	3	$\frac{3}{3}$	2	3	3	3
31	3	3	3	$\frac{3}{3}$	3	2	3	3
32	3	3	3	$\frac{3}{3}$	3	2	3	3
33	3	3	3	$\frac{3}{3}$	3	2	3	3
34	3	3	3	$\frac{3}{3}$	3	3	3	3
35	3	3	3	$\frac{3}{3}$	3	3	3	3
36	3	3	3	$\frac{3}{3}$	3	3	3	3
37	3	3	3	$\frac{3}{3}$	3	3	3	3
38	3	3	3	$\frac{3}{3}$	3	3	3	3
39	3	3	3	$\frac{3}{3}$	3	3	3	3
40	3	3	3	$\frac{3}{3}$	3	3	3	3
41	3	3	3	$\frac{3}{3}$	3	3	3	3
42	3	3	3	$\frac{3}{3}$	3	3	3	3
43	3	3	3	$\frac{3}{3}$	3	3	3	3
44	3	3	3	$\frac{3}{3}$	3	3	3	3
45	3	3	3	$\frac{3}{3}$	3	3	3	3
46	3	3	3	$\frac{3}{3}$	3	3	3	3
47	3	3	3	$\frac{3}{3}$	3	3	3	3

48	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
49	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
50	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
51	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
52	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
53	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
54	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
55	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
56	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
57	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
58	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
59	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
60	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
61	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
62	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
63	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
64	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
65	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
66	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
67	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
68	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
69	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
70	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
71	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
72	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
73	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3

74	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
75	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
76	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
77	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
78	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
79	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
80	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
81	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
82	3	3	3	<u>3</u> 3	3	3	3
83	3	3	4	<u>3</u> 3	3	4	3
84	4	3	4	<u>3</u> 3	3	4	4
85	4	3	4	<u>4</u> 4	3	4	4
86	4	3	4	<u>4</u> 4	4	4	4
87	4	3	4	<u>4</u> 4	4	4	4
88	4	3	4	<u>4</u> 4	4	4	4
89	4	4	4	<u>4</u> 4	4	4	4
90	4	4	4	<u>4</u> 4	4	4	4
91	4	4	4	<u>4</u> 4	4	4	4
92	4	4	4	<u>4</u> 4	4	4	4
93	4	4	4	<u>4</u> 4	4	4	4
94	4	4	4	<u>4</u> 4	4	4	4
95	4	4	4	<u>4</u> 4	4	4	4
96	4	4	4	<u>4</u> 4	4	4	4
97	4	4	4	<u>4</u> 4	4	4	4
98	4	4	4	<u>4</u> 4	4	4	4
99	4	4	4	<u>4</u> 4	4	4	4

100	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
101	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
102	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
103	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
104	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
105	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
106	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
107	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
108	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
109	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
110	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
111	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
112	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
113	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
114	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
115	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
116	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
117	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
118	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
119	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
120	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
121	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
122	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
123	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
124	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
125	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4

126	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
127	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
128	4	4	4	<u>4</u>	5	4	4	4
129	4	4	4	<u>4</u>	5	4	5	4
130	5	4	4	<u>4</u>	5	5	5	5
131	5	4	4	<u>4</u>	5	5	5	5
132	5	4	4	<u>5</u>	5	5	5	5
133	5	4	5	<u>5</u>	5	5	5	5
134	5	5	5	<u>5</u>	5	5	5	5
135	5	5	5	<u>5</u>	5	5	5	5
136	5	5	5	<u>5</u>	5	5	5	5
137	5	5	5	<u>5</u>	5	5	5	5
138	5	5	5	<u>5</u>	5	5	5	5
139	5	5	5	<u>5</u>	5	5	5	5
140	5	5	5	<u>5</u>	5	5	5	5
141	5	5	5	<u>5</u>	5	5	5	5
142	1	1	1	<u>1</u>	1	1	1	1
143	1	1	1	<u>1</u>	1	1	1	1
144	1	1	1	<u>1</u>	1	1	1	1
145	1	1	1	<u>1</u>	1	1	1	1
146	1	1	1	<u>1</u>	1	1	1	1
147	1	1	1	<u>1</u>	1	1	1	1
148	1	1	1	<u>1</u>	1	1	1	1
149	2	2	2	<u>2</u>	2	2	2	2
150	2	2	2	<u>2</u>	2	2	2	2
151	2	2	2	<u>2</u>	2	2	2	2

152	2	2	2	<u>2</u>	2	2	2	2
153	2	2	2	<u>2</u>	2	2	2	2
154	3	3	3	<u>3</u>	3	3	3	3
155	3	3	3	<u>3</u>	3	3	3	3
156	3	3	3	<u>3</u>	3	3	3	3
157	3	2	2	<u>2</u>	2	2	2	2
158	3	3	3	<u>3</u>	3	3	3	3
159	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
160	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
161	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
162	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
163	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
164	4	4	4	<u>4</u>	4	4	4	4
165	5	5	5	<u>5</u>	5	5	5	5

**ANEXO N° 09
MARCO MUESTRAL**



PLANILLA DE ATENCIÓN A ACLIENTES

N°	EMPRESA	REPRESENTANTE
1	BOTICA TU SANIDAD	101555 - GIRALDEZ CURI AUGUSTO
2	BOTICA MEDICAL CENTER DANNY	110224 - GONZALES OTAIRO HECTOR
3	FARMACIA MAGISTRAL	110816 - LOZANO RODRIGUEZ ZERIDA
4	BOTICA ADELI	110996 - PEREZ REQUENA ADELA SOFIA
5	BOTICA ECONOFARMA	111105 - OLIVERA MUCHA SARA LUZ
6	BOTICA BRISTOL	112835 - REPRESENTACIONES BRISTOL S.A.C.
7	BOTICA CORAZON DE JESUS	113735 - ENRIQUEZ PEÑA MARY CRUZ JAMALY
8	BOTICA Y MULTISERV LA RIVERA	114469 - HUAMANI ALVAREZ GERMAN
9	BOTICAS FARMAALERTA	116657 - GARCIA ARANCIBIA WILDERSON MAX
10	BOTICA BIOMEDIC AGC	117686 - ATENCIO OLIVARES
11	FARMACIA MARIA AUXILIADORA	117956 - VILLOGAS MUNGUIA TULA ESTHER
12	BOTICAS J&V	118642 - ARROYO DE LA CRUZ JORGE LUCIANO
13	BOTICA KRISFARMA	118810 - CHUQUILLANQUI DELZO GLADYS ROSALYNN
14	BOTICAS GM	120498 - PLANTANOS CONTRERAS SINTHIA
15	VIDA SANA PARA TI E.	121349 - VIDA SANA PARA TI E.I.R.L.
16	BOTICA GRUNENTHALFARMA	121392 - RAMIREZ DAMIAN YOVANA PATRICIA
17	BOTICA JUDITH	122163 - NUÑEZ RAMOS
18	BOTICA B&J FARMASALUD	122683 - CARRERA SORIANO ROCIO MARISOL
19	BOTICA FELIPE	124212 - ARROYO CLEMENTE ROSARIO YURICO
20	BOTICA MINKAFARMA	124610 - DE LA O CUNYAS NELSON JESUS
21	BOTICAS FARMA ALERTA	124732 - ARANCIBIA VELIZ BASILISA REBECA
22	BOTICA MILAGRITOS PHARMA	124968 - OROSCO CHAGUA KATTY LIZ
23	BOTICA DYAMIFARMA	125309 - DEL RIO ARIZAPANA YANET YAQUELINA
24	BOTICA FARMA VEA	125542 - FERNANDEZ SANCHEZ MARLENE LIVIA
25	DROGUERIA DISTRIBUIDORA PROSELCA	126156 - PRODUCTOS&SERVICIOS DE LINEAS COMERCIALES
26	FARMACIA ROSEMBERG	126580 - PASCUAL GONZALO FLOR DE LIS
27	BOTICA LA UNIVERSAL	127183 - POMA RAMOS JESUS
28	BOTICA CRUZ DE MAYO	127211 - TORRE CUETO EUSEBIA
29	DROGUERIA BAYERSFARMA	128491 - BAYERSFARMA S.A.C.
30	DISTRIBUIDORA CHAPITA	130914 - PEREZ CHAVEZ NEIL
31	FARMACIA HOSPITALARIA 3	131141 - RUIZ SARAVIA ADA VICTORIA
32	BOTICA PROTECFARMA	131274 - DELGADO COMUN FIORELLA KESAYA
33	BOTICA C FARMASALUD	131576 - SALVADOR JAIME JUAN PEDRO
34	DROGUERIA CORPORACION CAPSULA	131642 - CORPORACION CAPSULA R.D. E.I.R.L.
35	SOY TU FARMA	131872 - BARZOLA MAYTA ANGELA

36	BOTICA LABSFARMA	132168 - CANEZ ALDECOA VERONICA CECILIA
37	BOTICAS PERU + FARMA	132654 - TORRES ECHEVARRIA ELVIS
38	BOTICA SALUD CRUZ DE MAYO	132915 - SALOME GARCIA ROCIO YOVANNA
39	KONYFARMA	132992 - CADENAS DE BOTICAS KONYFARMA E. I.R.L
40	BOTICA SHALOM FARMAX	133303 - GUILLEN BORJA
41	BOTICA CERRITO	134047 - SALVIO VERASTEGUI SARA LIZ
42	FARMACIA VALLE MEDIC	136239 - RAMIREZ ESCOBAR ROXANA LIZBETH
43	BOTICAS ANDES FARMA - ER	136807 - INVERSIONES E. ROMERO SOCIEDAD ANONIMA
44	BOTICA BELMONT	137930 - ÑAÑA BELTRAN ALEX
45	SUUFARMA	138854 - BAUTISTA COCHACHI SUSANA
46	BOTICA GALENOFARMA	138914 - GALENOFARMA S.A.C
47	BOTICA FELIPE II	139015 - ZARATE CHAVEZ LUIS DAVID
48	BOTICA SALUD VIDA	139107 - BERNARDINO QUISPE JANET ELIZABETH
49	BOTICAS GLOBALFARMA	139235 - ECOFARM S.A.C.
50	FARMACIA MEDPILL´S	140546 - TRAVEZAÑO OCHOA
51	BOTICA ESPINOZA	140784 - ESPINOZA CANDUELAS JAQUELINA
52	BOTICAS MUNDIAL	141447 - RAMON RODRIGUEZ MARIA PAULINA
53	BOTICA LA ESPERANZA	141704 - RUTTI POMA THALI YOSELY
54	FARMACIA VIDA & SALUD	141972 - PEREZ MUÑOZ YOMAR ALVARO
55	BOTICA MEDICLIFE	143140 - PECHO DAVIRAN MHEIBY LEISBY CORALY
56	BOTICA BIOINTEGRIDAD	143853 - FERNANDEZ ALANYA
57	POLICLINICA MED.S.FR.PER.C.TU	143908 - SOCIEDAD DE ATENCION HUANCAYO SIN LIMITES
58	BOTICA MELYFARMA	144410 - LOZANO VILCAPOMA JONY
59	BOTICA 24SIETE30 FARMA	144444 - CARDENAS ROMERO JONATHAN FREDDY
60	BOTICA KORI FARMA	145333 - YAVAR VASQUEZ LUZ CORINA
61	BOTICA NIÑO JESUS DE PRAGA	147682 - VILCAHUAMAN MENDOZA KATY GLADYS
62	BOTICA CENTRAL	149467 - INVERSIONES BALTAZAR & ZAPATA S.R.L
63	FARMACIAS ALLINMI	149818 - BONIFACIO MERCADO NILDA ZOSIMA
64	FARMACIA MENDOFARM	150486 - MENDOZA HUACHACA JULIA VICENTA
65	BOTICA CREDIFARMA	151397 - SALDAÑA URIBE JOAQUIN SEBASTIAN
66	FARMACIA SAN FERNANDO	94278 - MONGE GALVEZ KARLA CATHERINE
67	BOTICA PERU FARMA	94284 - PAREDES VIDALON ROBERTO CARLOS
68	BOTICA MAS SALUD	94320 - LARA RICSE HERLINDA AIDA
69	BOTICA MAJFARMA	94540 - MENDOZA GOMEZ ANGELICA FELICITA
70	FARMACIA BREÑA	94779 - QUINTO HUAMAN MARIA LUZ
71	BOTICA DEXFARMA	94833 - GONZALES BERTO YURI
72	FARMACIA EL NAZARENO	95027 - SAMANIEGO RAMOS LOURDES LILIANA
73	BOTICA FARMALIDER	95044 - HUAMANI VARGAS ELMER
74	BOTICAS ANDES FARMA -JN	95050 - CORPORACION K & B
75	BOTICA CAMAGUEY E.I.R.L.	95054 - BOTICA CAMAGUEY
76	BOTICA SAN JUDAS TADEO	95169 - CONDOR PRIVAT WALTER JOSE
77	BOTICA GALENICA	95349 - CABRERA SANDOVAL MARLENE MATILDE
78	BOTICAS SUMAKFARMA	95461 - NEYRA HUAMANI JOSE ALBERTO

79	FARMACIA M&L	95479 - CUNYAS CAISAHUANA NORA YUNELY
80	SALUD Y BELLEZA	95548 - SALUD BELLEZA Y LASER S.A.C
81	BOTICA EDGARDO REBAGLIATI	96814 - NAULA CARPIO GLORIA MARIA
82	BOTICA TU SANIDAD	101555 - GIRALDEZ CURI AUGUSTO
83	BOTICA MEDICAL CENTER DANNY	110224 - GONZALES OTAIRO HECTOR
84	FARMACIA MAGISTRAL	110816 - LOZANO RODRIGUEZ ZERIDA
85	BOTICA ADELI	110996 - PEREZ REQUENA ADELA SOFIA
86	BOTICA ECONOFARMA	111105 - OLIVERA MUCHA SARA LUZ
87	BOTICA BRISTOL	112835 - REPRESENTACIONES BRISTOL S.A.C.
88	BOTICA CORAZON DE JESUS	113735 - ENRIQUEZ PEÑA MARY CRUZ JAMALY
89	BOTICA Y MULTISERV LA RIVERA	114469 - HUAMANI ALVAREZ GERMAN
90	BOTICAS FARMAALERTA	116657 - GARCIA ARANCIBIA WILDERSON MAX
91	BOTICA BIOMEDIC AGC	117686 - ATENCIO OLIVARES
92	FARMACIA MARIA AUXILIADORA	117956 - VILLOGAS MUNGUIA TULA ESTHER
93	BOTICAS J&V	118642 - ARROYO DE LA CRUZ JORGE LUCIANO
94	BOTICA KRISFARMA	118810 - CHUQUILLANQUI DELZO GLADYS ROSALYNN
95	BOTICAS GM	120498 - PLANTANOS CONTRERAS SINTHIA
96	VIDA SANA PARA TI E.	121349 - VIDA SANA PARA TI E.I.R.L.
97	BOTICA GRUNENTHALFARMA	121392 - RAMIREZ DAMIAN YOVANA PATRICIA
98	BOTICA JUDITH	122163 - NUÑEZ RAMOS
99	BOTICA B&J FARMASALUD	122683 - CARRERA SORIANO ROCIO MARISOL
100	BOTICA FELIPE	124212 - ARROYO CLEMENTE ROSARIO YURICO
101	BOTICA MINKAFARMA	124610 - DE LA O CUNYAS NELSON JESUS
102	BOTICAS FARMA ALERTA	124732 - ARANCIBIA VELIZ BASILISA REBECA
103	BOTICA MILAGRITOS PHARMA	124968 - OROSCO CHAGUA KATTY LIZ
104	BOTICA DYAMIFARMA	125309 - DEL RIO ARIZAPANA YANET YAQUELINA
105	BOTICA FARMA VEA	125542 - FERNANDEZ SANCHEZ MARLENE LIVIA
106	FARMACIA ROSEMBERG	126580 - PASCUAL GONZALO FLOR DE LIS
107	BOTICA LA UNIVERSAL	127183 - POMA RAMOS JESUS
108	BOTICA CRUZ DE MAYO	127211 - TORRE CUETO EUSEBIA
109	DROGUERÍA BAYERSFARMA	128491 - BAYERSFARMA S.A.C.
110	DISTRIBUIDORA CHAPITA	130914 - PEREZ CHAVEZ NEIL
111	FARMACIA HOSPITALARIA 3	131141 - RUIZ SARAVIA ADA VICTORIA
112	BOTICA PROTECFARMA	131274 - DELGADO COMUN FIORELLA KESAYA
113	BOTICA C FARMASALUD	131576 - SALVADOR JAIME JUAN PEDRO
114	DROGUERIA CORPORACION CAPSULA	131642 - CORPORACION CAPSULA R.D. E.I.R.L.
115	SOY TU FARMA	131872 - BARZOLA MAYTA ANGELA
116	BOTICA LABSFARMA	132168 - CANEZ ALDECOA VERONICA CECILIA
117	BOTICAS PERU + FARMA	132654 - TORRES ECHEVARRIA ELVIS
118	BOTICA SALUD CRUZ DE MAYO	132915 - SALOME GARCIA ROCIO YOVANNA
119	KONYFARMA	132992 - CADENAS DE BOTICAS KONYFARMA E. I.R.L
120	BOTICA SHALOM FARMAX	133303 - GUILLEN BORJA
121	BOTICA CERRITO	134047 - SALVIO VERASTEGUI SARA LIZ
122	FARMACIA VALLE MEDIC	136239 - RAMIREZ ESCOBAR ROXANA LIZBETH

123	BOTICAS ANDES FARMA - ER	136807 - INVERSIONES E. ROMERO SOCIEDAD ANONIMA
124	BOTICA BELMONT	137930 - ÑAÑA BELTRAN ALEX
125	SUUFARMA	138854 - BAUTISTA COCHACHI SUSANA
126	BOTICA GALENOFARMA	138914 - GALENOFARMA S.A.C
127	BOTICA FELIPE II	139015 - ZARATE CHAVEZ LUIS DAVID
128	BOTICA SALUD VIDA	139107 - BERNARDINO QUISPE JANET ELIZABETH
129	BOTICAS GLOBALFARMA	139235 - ECOFARM S.A.C.
130	FARMACIA MEDPILL´S	140546 - TRAVEZAÑO OCHOA
131	BOTICA ESPINOZA	140784 - ESPINOZA CANDUELAS JAQUELINA
132	BOTICAS MUNDIAL	141447 - RAMON RODRIGUEZ MARIA PAULINA
133	BOTICA LA ESPERANZA	141704 - RUTTI POMA THALI YOSELY
134	FARMACIA VIDA & SALUD	141972 - PEREZ MUÑOZ YOMAR ALVARO
135	BOTICA MEDICLIFE	143140 - PECHO DAVIRAN MHEIBY LEISBY CORALY
136	BOTICA BIOINTEGRIDAD	143853 - FERNANDEZ ALANYA
137	POLICLINICA MED.S.FR.PER.C.TU	143908 - SOCIEDAD DE ATENCION HUANCAYO SIN LIMITES
138	BOTICA MELYFARMA	144410 - LOZANO VILCAPOMA JONY
139	BOTICA 24SIETE30 FARMA	144444 - CARDENAS ROMERO JONATHAN FREDDY
140	BOTICA KORI FARMA	145333 - YAVAR VASQUEZ LUZ CORINA
141	BOTICA NIÑO JESUS DE PRAGA	147682 - VILCAHUAMAN MENDOZA KATY GLADYS
142	BOTICA CENTRO	149467 - INVERSIONES BALTAZAR & ZAPATA S.R.L
143	FARMACIAS ALLINMI	149818 - BONIFACIO MERCADO NILDA ZOSIMA
144	FARMACIA MENDOFARM	150486 - MENDOZA HUACHACA JULIA VICENTA
145	BOTICA CREDIFARMA	151397 - SALDAÑA URIBE JOAQUIN SEBASTIAN
146	FARMACIA SAN FERNANDO	94278 - MONGE GALVEZ KARLA CATHERINE
147	BOTICA PERU FARMA	94284 - PAREDES VIDALON ROBERTO CARLOS
148	BOTICA MAS SALUD	94320 - LARA RICSE HERLINDA AIDA
149	BOTICA MAJFARMA	94540 - MENDOZA GOMEZ ANGELICA FELICITA
150	FARMACIA BREÑA	94779 - QUINTO HUAMAN MARIA LUZ
151	BOTICA DEXFARMA	94833 - GONZALES BERTO YURI
152	FARMACIA EL NAZARENO	95027 - SAMANIEGO RAMOS LOURDES LILIANA
153	BOTICA FARMALIDER	95044 - HUAMANI VARGAS ELMER
154	BOTICAS ANDES FARMA -JN	95050 - CORPORACION K & B
155	BOTICA CAMAGUEY E.I.R.L.	95054 - BOTICA CAMAGUEY
156	BOTICA SAN JUDAS TADEO	95169 - CONDOR PRIVAT WALTER JOSE
157	BOTICA GALENICA	95349 - CABRERA SANDOVAL MARLENE MATILDE
158	BOTICAS SUMAKFARMA	95461 - NEYRA HUAMANI JOSE ALBERTO
159	FARMACIA M&L	95479 - CUNYAS CAISAHUANA NORA YUNELY
160	SALUD Y BELLEZA	95548 - SALUD BELLEZA Y LASER S.A.C
161	BOTICA EDGARDO REBAGLIATI	96814 - NAULA CARPIO GLORIA MARIA
162	BOTICAS SUMAKFARMA	95461 - NEYRA HUAMANI JOSE ALBERTO
163	FARMACIA M&L	95479 - CUNYAS CAISAHUANA NORA YUNELY
164	SALUD Y BELLEZA	95548 - SALUD BELLEZA Y LASER S.A.C
165	BOTICA EDGARDO REBAGLIATI	96814 - NAULA CARPIO GLORIA MARIA

166	BOTICA TU SANIDAD	101555 - GIRALDEZ CURI AUGUSTO
167	BOTICA MEDICAL CENTER DANNY	110224 - GONZALES OTAIRO HECTOR
168	FARMACIA MAGISTRAL	110816 - LOZANO RODRIGUEZ ZERIDA
169	BOTICA ADELI	110996 - PEREZ REQUENA ADELA SOFIA
170	BOTICA ECONOFARMA	111105 - OLIVERA MUCHA SARA LUZ
171	BOTICA BRISTOL	112835 - REPRESENTACIONES BRISTOL S.A.C.
172	BOTICA CORAZON DE JESUS	113735 - ENRIQUEZ PEÑA MARY CRUZ JAMALY
173	BOTICA Y MULTISERV LA RIVERA	114469 - HUAMANI ALVAREZ GERMAN
174	BOTICAS FARMAALERTA	116657 - GARCIA ARANCIBIA WILDERSON MAX
175	BOTICA BIOMEDIC AGC	117686 - ATENCIO OLIVARES
176	FARMACIA MARIA AUXILIADORA	117956 - VILLOGAS MUNGUIA TULA ESTHER
177	BOTICAS J&V	118642 - ARROYO DE LA CRUZ JORGE LUCIANO
178	BOTICA KRISFARMA	118810 - CHUQUILLANQUI DELZO GLADYS ROSALYNN
179	BOTICAS GM	120498 - PLANTANOS CONTRERAS SINTHIA
180	VIDA SANA PARA TI E.	121349 - VIDA SANA PARA TI E.I.R.L.
181	BOTICA GRUNENTHALFARMA	121392 - RAMIREZ DAMIAN YOVANA PATRICIA
182	BOTICA JUDITH	122163 - NUÑEZ RAMOS
183	BOTICA B&J FARMASALUD	122683 - CARRERA SORIANO ROCIO MARISOL
184	BOTICA FELIPE	124212 - ARROYO CLEMENTE ROSARIO YURICO
185	BOTICA MINKAFARMA	124610 - DE LA O CUNYAS NELSON JESUS
186	BOTICAS FARMA ALERTA	124732 - ARANCIBIA VELIZ BASILISA REBECA
187	BOTICA MILAGRITOS PHARMA	124968 - OROSCO CHAGUA KATTY LIZ
188	BOTICA DYAMIFARMA	125309 - DEL RIO ARIZAPANA YANET YAQUELINA
189	BOTICA FARMA VEA	125542 - FERNANDEZ SANCHEZ MARLENE LIVIA
190	FARMACIA ROSEMBERG	126580 - PASCUAL GONZALO FLOR DE LIS
191	BOTICA LA UNIVERSAL	127183 - POMA RAMOS JESUS
192	BOTICA CRUZ DE MAYO	127211 - TORRE CUETO EUSEBIA
193	DROGUERÍA BAYERSFARMA	128491 - BAYERSFARMA S.A.C.
194	DISTRIBUIDORA CHAPITA	130914 - PEREZ CHAVEZ NEIL
195	FARMACIA HOSPITALARIA 3	131141 - RUIZ SARAVIA ADA VICTORIA
196	BOTICA PROTECFARMA	131274 - DELGADO COMUN FIORELLA KESAYA
197	BOTICA C FARMASALUD	131576 - SALVADOR JAIME JUAN PEDRO
198	DROGUERIA CORPORACION CAPSULA	131642 - CORPORACION CAPSULA R.D. E.I.R.L.
199	SOY TU FARMA	131872 - BARZOLA MAYTA ANGELA
200	BOTICA LABSFARMA	132168 - CANEZ ALDECOA VERONICA CECILIA
201	BOTICAS PERU + FARMA	132654 - TORRES ECHEVARRIA ELVIS
202	BOTICA SALUD CRUZ DE MAYO	132915 - SALOME GARCIA ROCIO YOVANNA
203	KONYFARMA	132992 - CADENAS DE BOTICAS KONYFARMA E. I.R.L
204	BOTICA SHALOM FARMAX	133303 - GUILLEN BORJA
205	BOTICA CERRITO	134047 - SALVIO VERASTEGUI SARA LIZ
206	FARMACIA VALLE MEDIC	136239 - RAMIREZ ESCOBAR ROXANA LIZBETH
207	BOTICAS ANDES FARMA - ER	136807 - INVERSIONES E. ROMERO SOCIEDAD ANONIMA
208	BOTICA BELMONT	137930 - ÑAÑA BELTRAN ALEX
209	SUUFARMA	138854 - BAUTISTA COCHACHI SUSANA

210	BOTICA GALENOFARMA	138914 - GALENOFARMA S.A.C
211	BOTICA FELIPE II	139015 - ZARATE CHAVEZ LUIS DAVID
212	BOTICA SALUD VIDA	139107 - BERNARDINO QUISPE JANET ELIZABETH
213	BOTICAS GLOBALFARMA	139235 - ECOFARM S.A.C.
214	FARMACIA MEDPILL'S	140546 - TRAVEZAÑO OCHOA
215	BOTICA ESPINOZA	140784 - ESPINOZA CANDUELAS JAQUELINA
216	BOTICAS MUNDIAL	141447 - RAMON RODRIGUEZ MARIA PAULINA
217	BOTICA LA ESPERANZA	141704 - RUTTI POMA THALI YOSELY
218	FARMACIA VIDA & SALUD	141972 - PEREZ MUÑOZ YOMAR ALVARO
219	BOTICA TU SANIDAD	101555 - GIRALDEZ CURI AUGUSTO
220	BOTICA MEDICAL CENTER DANNY	110224 - GONZALES OTAIRO HECTOR
221	FARMACIA MAGISTRAL	110816 - LOZANO RODRIGUEZ ZERIDA
222	BOTICA ADELI	110996 - PEREZ REQUENA ADELA SOFIA
223	BOTICA ECONOFARMA	111105 - OLIVERA MUCHA SARA LUZ
224	BOTICA BRISTOL	112835 - REPRESENTACIONES BRISTOL S.A.C.
225	BOTICA CORAZON DE JESUS	113735 - ENRIQUEZ PEÑA MARY CRUZ JAMALY
226	BOTICA Y MULTISERV LA RIVERA	114469 - HUAMANI ALVAREZ GERMAN
227	BOTICAS FARMAALERTA	116657 - GARCIA ARANCIBIA WILDERSON MAX
228	BOTICA BIOMEDIC AGC	117686 - ATENCIO OLIVARES
229	FARMACIA MARIA AUXILIADORA	117956 - VILLOGAS MUNGUIA TULA ESTHER
230	BOTICAS J&V	118642 - ARROYO DE LA CRUZ JORGE LUCIANO
231	BOTICA KRISFARMA	118810 - CHUQUILLANQUI DELZO GLADYS ROSALYNN
232	BOTICAS GM	120498 - PLANTANOS CONTRERAS SINTHIA
233	VIDA SANA PARA TI E.	121349 - VIDA SANA PARA TI E.I.R.L.
234	BOTICA GRUNENTHALFARMA	121392 - RAMIREZ DAMIAN YOVANA PATRICIA
235	BOTICA JUDITH	122163 - NUÑEZ RAMOS
236	BOTICA B&J FARMASALUD	122683 - CARRERA SORIANO ROCIO MARISOL
237	BOTICA FELIPE	124212 - ARROYO CLEMENTE ROSARIO YURICO
238	BOTICA MINKAFARMA	124610 - DE LA O CUNYAS NELSON JESUS
239	BOTICAS FARMA ALERTA	124732 - ARANCIBIA VELIZ BASILISA REBECA
240	BOTICA MILAGRITOS PHARMA	124968 - OROSCO CHAGUA KATTY LIZ
241	BOTICA DYAMIFARMA	125309 - DEL RIO ARIZAPANA YANET YAQUELINA
242	BOTICA FARMA VEA	125542 - FERNANDEZ SANCHEZ MARLENE LIVIA
243	FARMACIA ROSEMBERG	126580 - PASCUAL GONZALO FLOR DE LIS
244	BOTICA EL UNIVERSO	127183 - POMA RAMOS JESUS
245	BOTICA CRUZ DEL NORTE	127211 - TORRE CUETO EUSEBIA
246	DROGUERÍA BAYERSFARMA	128491 - BAYERSFARMA S.A.C.
247	DISTRIBUIDORA CHAPITA	130914 - PEREZ CHAVEZ NEIL
248	FARMACIA HOSPITALARIA 5	131141 - RUIZ SARAVIA ADA VICTORIA
249	BOTICA PROTECFARMA	131274 - DELGADO COMUN FIORELLA KESAYA
250	BOTICA MI SALUD	131576 - SALVADOR JAIME JUAN PEDRO
251	DROGUERIA CORPORACION LUZ	131642 - CORPORACION CAPSULA R.D. E.I.R.L.
252	SOY FARMA PLUS	131872 - BARZOLA MAYTA ANGELA