

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



**TESIS**

**Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización  
en clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo**

<b>Para Optar</b>	: El Título Profesional de Licenciada en Administración
<b>Autor</b>	: Bach. CASIO AMBICHO MARIL PATTY
<b>Coautor</b>	Bach. SOSA MANRIQUE TANIA KAREN
<b>Asesor</b>	: MG. MORENO MENENDEZ FABRICIO MIGUEL
<b>Línea de Investigación Institucionales</b>	: Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos
<b>Fecha de Inicio y Término</b>	: 12.08.2023 al 11.08.2024

Chanchamayo – Perú

2023

**Hoja de aprobación de jurados**

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**TESIS**

Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de botica

Luzmedic de la Provincia de Satipo

**PRESENTADO POR:**

Bach. CASIO AMBICHO MARIL PATTY

Bach. SOSA MANRIQUE TANIA KAREN

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Administración

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS**

Aprobado por el siguiente jurado:

PRESIDENTE

\_\_\_\_\_

PRIMER MIEMBRO

\_\_\_\_\_

SEGUNDO MIEMBRO

\_\_\_\_\_

TERCER MIEMBRO

\_\_\_\_\_

Huancayo, ..... de ..... del 2023

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



**TESIS**

**Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización  
en clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo**

<b>Para Optar</b>	: Título Profesional de Licenciada en Administración
<b>Autor</b>	: Bach. CASIO AMBICHO MARIL PATTY
<b>Coautor</b>	Bach. SOSA MANRIQUE TANIA KAREN
<b>Asesor</b>	: MG. MORENO MENENDEZ FABRICIO MIGUEL
<b>Línea de Investigación Institucionales</b>	: Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos
<b>Fecha de Inicio y Término</b>	: 12.08.2023 al 11.08.2024

Chanchamayo – Perú

2023

Asesor

Mg. Moreno Menendez Fabricio Miguel

### **Dedicatoria**

Dedicamos el presente trabajo a nuestros padres por el enorme esfuerzo que hacen cada momento con el único propósito de vernos prosperar en el mañana.

De igual manera dedicamos el presente trabajo a todos los profesionales que nos inculcaron y apoyaron en nuestra formación profesional y personal.

Maril y Tania

### **Agradecimiento**

Nuestra gratitud eterna al ser más poderoso de todo el universo, a Dios, por brindarnos salud, sabiduría y habilidad.

A todos los profesionales de la Universidad, en especial con quienes compartimos momentos emotivos en la formación profesional.

A nuestros padres, hermanos, tíos, y abuelos que de muchas maneras nos demuestran amor respeto y sabiduría.

Maril y Tania

## CONSTANCIA DE SIMILITUD

N ° 0202 - FCAC -2024

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

**Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de la Botica LUZMEDIC de la Provincia de Satipo**

Con la siguiente información:

Con Autor(es) : **Bach. CASIO AMBICHO MARIL PATTY**  
**Bach. SOSA MANRIQUE TANIA KAREN**

Facultad : **CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

Escuela Académica : **ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS**

Asesor(a) : **Mtro. MORENO MENENDEZ FABRICIO MIGUEL**

Fue analizado con fecha **07/05/2024**; con **110 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)

El documento presenta un porcentaje de similitud de **25 %**.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N° 15 del Reglamento de uso de Software de Prevención Version 2.0. 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, 07 de mayo del 2024.



**MTRA. LIZET DORIELA MANTARI MINCAMI**  
**JEFA**

Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones

## CONTENIDO

Hoja de aprobación de jurados .....	ii
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento .....	vi
Resumen .....	xv
Abstract.....	xvi
Introducción.....	14
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	16
1.1. Descripción de la Realidad Problemática .....	16
1.2. Delimitación del problema .....	21
1.2.1. Delimitación temporal .....	22
1.2.2. Delimitación Social .....	22
1.2.3. Delimitación Geográfica.....	22
1.3. Formulación del problema.....	22
1.3.1. Problema General .....	22
1.3.2. Problema (s) Específico (s).....	22
1.4. Justificación.....	23
1.4.1. Social .....	23
1.4.2. Teórica.....	23
1.4.3. Metodológica.....	23
1.5. Objetivos.....	23
1.5.1. Objetivo General.....	23
1.5.2. Objetivo(s) Específico(s) .....	24

II. MARCO TEÓRICO.....	25
2.1. Antecedentes (nacionales e internacionales) .....	25
2.1.1. Antecedentes Nacionales .....	25
2.1.2. Antecedentes Internacionales .....	27
2.2. Bases Teóricas o Científicas.....	30
2.2.1. Variable 1: Calidad de Servicio.....	30
2.2.2. Variable 2: Fidelidad .....	32
2.3. Marco Conceptual.....	35
III. HIPOTESIS .....	36
3.1 Hipótesis General .....	36
3.2 Hipótesis (s) Específica (s).....	37
3.3 Variables (definición conceptual y operacionalización) .....	37
3.3.1. Variable 1: Calidad de servicio de dispensación de medicamentos .....	37
3.3.2. Variable 2: Fidelización.....	37
IV. METODOLOGÍA .....	39
4.1 Método de Investigación .....	39
4.1.1. Método hipotético deductivo .....	39
4.2 Tipo de Investigación .....	39
4.3 Nivel de Investigación .....	40
4.4 Diseño de la Investigación.....	40
4.4.1. Diseño descriptivo .....	40

4.4.2. Diseño transversal.....	40
4.4.3. Diseño cuantitativo .....	41
4.5 Población y muestra.....	41
4.5.1. Población .....	41
4.5.2. Muestra .....	42
4.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos .....	43
4.6.1. Técnica.....	43
4.6.2. Instrumento.....	43
4.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	43
4.8 Aspectos éticos de la Investigación .....	44
V. RESULTADOS .....	45
5.1 Descripción de resultados.....	45
5.1.1. Prueba de Normalidad - Estadística Inferencial .....	56
5.2 Contrastación de hipótesis .....	56
5.2.1. Contrastación de la Hipótesis General.....	57
5.2.1. Contrastación de la Hipótesis específica 1 .....	59
5.2.1. Contrastación de la Hipótesis específica 02 .....	61
5.2.1. Contrastación de la Hipótesis Específica 03.....	63
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	65
Discusión sobre el objetivo general.....	65
Discusión sobre el objetivo específico 1 .....	66

Discusión sobre el objetivo específico 2 .....	67
Discusión sobre el objetivo específico 3 .....	68
CONCLUSIONES.....	70
RECOMENDACIONES .....	72
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	75
ANEXOS .....	80
1. Matriz de consistencia. ....	81
2. Matriz de operacionalización de variables .....	82
3. Matriz de construcción del instrumento .....	83
Anexo 4: Instrumento de investigación .....	85
Anexo 5: Confiabilidad y validez del instrumento.....	88
6. La data de procesamiento de datos .....	97
7. Consentimiento informado .....	100
8. Fotos de la aplicación del instrumento .....	105

## CONTENIDO DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> .....	45
<i>Variable 1 – Calidad de servicio de dispensación</i> .....	45
<b>Tabla 2</b> .....	46
<i>Dimensión 1 Variable 1: Proceso de dispensación</i> .....	46
<b>Tabla 3</b> .....	47
<i>Dimensión 2 - Variable 1: Entorno para servicio de dispensación</i> .....	47
<b>Tabla 4</b> .....	48
<i>Dimensión 3 - Variable 1: Personal</i> .....	48
<b>Tabla 5</b> .....	49
<i>Variable 2: Fidelización</i> .....	49
<b>Tabla 6</b> .....	50
<i>Dimensión 1 Variable 1: Diferenciación</i> .....	50
<b>Tabla 7</b> .....	51
<i>Dimensión 2 - Variable 2: Personalización</i> .....	51
<b>Tabla 8</b> .....	52
<i>Dimensión 3 - Variable 2: Satisfacción</i> .....	52
<b>Tabla 9</b> .....	53
<i>Dimensión 4 - Variable 2: Fidelidad</i> .....	53
<b>Tabla 10</b> .....	54
<i>Dimensión 5 - Variable 2: Habitualidad</i> .....	54
<b>Tabla 11</b> .....	56
<i>Prueba de Normalidad - Estadística Inferencial</i> .....	56
<b>Tabla 12</b> .....	57
<i>Coefficiente de correlación</i> .....	57
<b>Tabla 13</b> .....	58
<i>Correlación entre calidad de servicio de dispensación y fidelización</i> .....	58
<b>Tabla 14</b> .....	59
<i>Correlación entre proceso de dispensación y fidelización</i> .....	59
<b>Tabla 15</b> .....	61
<i>Correlación entre entorno para el servicio de dispensación y fidelización</i> .....	61
<b>Tabla 16</b> .....	63
<i>Correlación entre personal y fidelización</i> .....	63

## CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1.....	19
<i>Población con acceso a seguro de salud, según ámbito geográfico, 2009-2021.....</i>	<i>19</i>
Figura 2.....	19
<i>Medicamentos en Perú son 66% más baratos que otros siete países .....</i>	<i>19</i>
Figura 3.....	20
<i>Cantidad de farmacias y boticas en Perú.....</i>	<i>20</i>
Figura 4.....	21
<i>Variación en porcentaje de precios de medicamentos - periodos 2020-2021 .....</i>	<i>21</i>
Figura 5.....	41
<i>Esquema del diseño de la investigación. ....</i>	<i>41</i>
Figura 6.....	42
<i>Número de clientes por meses .....</i>	<i>42</i>
Figura 7.....	42
<i>Muestra para población finita.....</i>	<i>42</i>
Figura 8.....	45
<i>Variable 1 – Calidad de servicio de dispensación .....</i>	<i>45</i>
Figura 9.....	46
<i>Dimensión 1 Variable 1 – Proceso de dispensación .....</i>	<i>46</i>
Figura 10.....	47
<i>Dimensión 2- Variable 1 – Entorno para servicio de dispensación.....</i>	<i>47</i>
Figura 11.....	49
<i>Dimensión 3- Variable 1 – Personal .....</i>	<i>49</i>
Figura 12.....	50
<i>Variable 2 – Fidelización .....</i>	<i>50</i>
Figura 13.....	51
<i>Dimensión 1 Variable 2 – Diferenciación.....</i>	<i>51</i>
Figura 14.....	52
<i>Dimensión 2- Variable 2 – Personalización.....</i>	<i>52</i>
Figura 15.....	53
<i>Dimensión 3- Variable 2 – Satisfacción .....</i>	<i>53</i>
Figura 16.....	54
<i>Dimensión 4- Variable 2 – Fidelidad.....</i>	<i>54</i>
Figura 17.....	55

<i>Dimensión 5- Variable 2 – Habitualidad</i> .....	55
Figura 18.....	58
<i>Diagrama de dispersión entre calidad de servicio de dispensación y fidelización</i> .....	58
Figura 19.....	60
<i>Diagrama de dispersión entre formulación estratégica y la competitividad empresarial</i> ...	60
Figura 20.....	62
<i>Diagrama de dispersión entre entorno para el servicio de dispensación y fidelización</i> .....	62
Figura 21.....	63
<i>Diagrama de dispersión entre personal y fidelización</i> .....	63

## Resumen

En la presente investigación denominado: “Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo”. El objetivo de la investigación fue “Establecer la relación que existe entre calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de botica Luzmedic de la provincia de Satipo”. La metodología que utilizó fue el método general, el hipotético deductivo como método específico, nivel relacional, diseño cuantitativo, no experimental de corte transversal, descriptivo, tipo de investigación: Básica, la población estuvo conformado por 256 clientes de la botica Luzmedic de la provincia de Satipo, la muestra fue 153 clientes de la botica Luzmedic, se aplicó la prueba estadística finita, el instrumento fue el cuestionario, la técnica la encuesta, prueba estadística de Rho de Spearman y se utilizó el software SPSS, la conclusión general fue que se encontró el índice de correlación Rho de Spearman, donde indica que existe una correlación positiva débil entre servicio de dispensación de medicamentos y fidelización; respaldado por un ( $r = 0.419$ ; y un p valor de 0.000), Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Palabras clave: Servicio de dispensación de medicamentos y fidelización.

### **Abstract**

In this research called: "Quality of medicine dispensing service and customer loyalty at Luzmedic pharmacy in the Province of Satipo – 2023". The objective of the research was "To establish the relationship that exists between quality of medication dispensing service and customer loyalty at Luzmedic pharmacy in the province of Satipo - 2023." The methodology used was the general method, the hypothetical deductive method as a specific method, relational level, quantitative design, non-experimental cross-sectional, descriptive, type of research: Basic, the population was made up of 256 clients of the Luzmedic pharmacy in the province. of Satipo, the sample was 153 clients of the Luzmedic pharmacy, the finite statistical test was applied, the instrument was the questionnaire, the technique was the survey, Spearman's Rho statistical test and the SPSS software was used, the general conclusion was that found Spearman's Rho rating index, which indicates that there is a weak positive rating between medication dispensing service and loyalty; supported by a ( $r = 0.419$ ; and a p value of 0.000), Given the above, the null hypothesis is rejected and the alternative hypothesis is accepted.

Keywords: Medicine dispensing service and loyalty.

## **Introducción**

La investigación titulada “Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de la BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo”. La fidelización de clientes se ha convertido en una estrategia, una técnica poderosísima del marketing, más aún en este mundo globalizado y con un mercado agresivo de competidores, el fin es captar nuevos clientes y volverlos recurrentes porque el gasto es más en conseguir un cliente nuevo que mantener a un cliente tradicional o recurrente, conclusión la fidelización de clientes se convierte en un deber de toda empresa para ser rentable o cerrar, de la misma manera la calidad de servicio de dispensación de medicamentos sobre todo en esta coyuntura que vivimos de pre y pos pandemia - COVID 19, en nuestro país se evidencia mucha irresponsabilidad e irracionalidad del consumo de los medicamentos ocasionando varias consecuencias irreversibles y la no culminación de los objetivos terapéuticos, motivo por el cual nuestro objetivo de investigación es “Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de la botica Luzmedic de la provincia de Satipo”. La metodología empleada es de enfoque cuantitativo, de tipo básica, de nivel relacional, de diseño no experimental, de corte transversal, la población está conformada por los clientes de la botica Luzmedic de la provincia de Satipo, la muestra es probabilístico aplicó la formula estadística por ser una población finita., seguidamente, el instrumento que nos ayudara al logro de nuestros objetivos es el cuestionario, el cual pasara la revisión de tres expertos quienes emitirán su opinión y el Alfa de Cronbach para determinar la fiabilidad de los mismos.

La investigación se encuentra estructurada en cinco capítulos, tal como se detalla a continuación:

Capítulo I, planteamiento del problema en este acápite se muestra la descripción de la realidad problemática, la delimitación de la investigación, la justificación tanto social, teórica y metodológica seguidos de los objetivos y problemas generales y específicos de la investigación.

Capítulo II, marco teórico, dicho capítulo contiene los antecedentes nacionales e internacionales, las bases teóricas y el marco conceptual de las variables y dimensiones.

Capítulo III, hipótesis, se detalla la hipótesis tanto general y específicas, asimismo, la operacionalización de las variables.

Capítulo IV, metodología, donde se muestra el método, el nivel, el diseño, la población, la muestra, el instrumento, los aspectos éticos, los cuales no son de gran ayuda para el cumplimiento de nuestros objetivos.

Capítulo V, administración, se detalla el presupuesto y el cronograma de ejecución de nuestra investigación.

Las autoras

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Descripción de la Realidad Problemática

El problema de nuestra investigación está relacionado a la baja fidelización en clientes de la botica Luzmedic de la provincia de Satipo, el año 2017, el Diario El Comercio, mencionó que todas las cadenas farmacéuticas luchan por una mayor cuota de mercado y posicionamiento de la marca, desarrollando programas agresivos de fidelización con el objetivo de captar, retener clientes, bajo el spich como la más económica, provocando una lucha por precios porque el mercado de cadenas de farmacias superan los 2400 millones de soles, teniendo en cuenta el monopolito del sector salud, dominando el mercado Inkafarma, Mifarma ambos pertenecen al mismo grupo, ahora perfilándose en las boticas de barrio, de la misma manera desplazandandolas, a las muy conocidas boticas de Barrio, la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (DIGEMID), refiere que nuestro país existen 20 256 establecimientos de salud entre boticas y farmacias constituyendo un aliado estratégico la dispensación de medicamentos centradas en el conocimiento de los clientes, las TICS, asesoramiento gratuito (valor agregado y diferenciación) (Alva, 2017).

Ahora bien, al cierre del 2021, las farmacias, boticas en un promedio de 2400 se comprometieron con sus clientes o usuarios en perfeccionar sus relaciones, las boticas, farmacias que forman parte de la Asociación Nacional de Cadenas de Boticas (ANACAB), expusieron ante INDECOPI en brindar un mejor servicio de calidad a sus clientes en inventarios, comercio electrónico, delivery, precios justos, sensibilización, concientización para evitar la automedicación y promover la creación de hábitos de consumo para una mejor calidad de vida saludable y responsable (Alva, 2017).

Asimismo, la DIRESA, (2022), en el distrito de Chanchamayo, el primer trimestre del año 2022, realizo un operativo inopinado a 17 locales de venta de medicamentos con el

fin de supervisar el cumplimiento de las normas sanitarias, evidenciando locales informales sin documentos de autorización sanitaria, otros sin la presencia de un profesional químico farmacéutico, incumplimiento de dispensación, almacenamiento.

Este hecho es ocasionado por la falta de una calidad de servicio de dispensación de medicamentos en el Perú, se evidencia un excesivo e irresponsable consumo de medicamentos (automedicación, mala información e irresponsabilidad de no contar con un profesional químico farmacéutico), conllevando a problemas de salud e incluso irreversibles al paciente y agravándose a la salud pública, tomando en cuenta que representa un gasto muy alto.

De la misma manera, el rol del profesional químico farmacéutico, en hacer cumplimiento a cabalidad la normativa de la atención farmacéutica como herramienta primordial de desarrollo enfocado en dispensación para una calidad atención farmacéutica (Manual de Buenas Prácticas de Dispensación), con el objetivo de aportar a la mejora continua de la salud de la comunidad específicamente de la provincia de Satipo, mediante una eficiente y eficaz dispensación de medicamentos en todas las boticas, cumpliendo los siguientes objetivos específicos:

Contribuir al cumplimiento de la prescripción médica, orientar a los pacientes para el uso adecuado de los medicamentos, contribuir al seguimiento farmacoterapéutico de pacientes según criterios específicos, identificar y contribuir a la solución de los problemas relacionados con el uso de medicamentos, promover la coordinación y comunicación entre los profesionales de salud. (DIGEMID, 2009)

INEI, (2022), de acuerdo a la figura 01, se observa un crecimiento ascendente de la población en el Perú específicamente en el departamento de Junín, que es parte geográficamente del estudio de la población de Satipo donde se realiza la investigación,

evidenciando un crecimiento desde el 2009 con 45.6 por ciento hasta el 2021 casi duplicándose con un 81 por ciento, dando a entender que la calidad de servicio de dispensación de medicamentos es óptima según las cifras mencionadas y que toda la población de la selva central se encuentran fidelizadas con el sector salud.

En esta coyuntura de pre y pos pandemia - COVID 19, se ha evidenciado el uso irracional de antibióticos por parte de toda la población sin previa receta o indicación de un profesional de la salud, e incluso la irresponsabilidad de las boticas, farmacias de proveer o vender productos antibióticos sin la presencia o autorización de un profesional químico farmacéutico, ocasionado esta mala práctica resistencia ante otras enfermedades, “la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (DIGEMID) del Minsa”, refirieron al diario El Comercio que:

La resistencia a los antimicrobianos aumenta el costo de las atenciones médicas, debido a que genera que el tiempo de internamiento en hospitales sea más prolongado y que los cuidados que requieren los pacientes sean más intensivos.

Por su parte, la Organización Panamericana de la Salud (OPS/OMS), indicaron que: “La resistencia antimicrobiana se ha incrementado a nivel mundial a consecuencia de la pandemia, debido a que la gran mayoría de personas que padecen la enfermedad es tratada con antibióticos antibacterianos cuando en realidad no los necesitan”, (Redacción EC, 2021). Dejando claro la importancia, necesidad de una adecuada calidad de servicio de dispensación de medicamentos gestionado por profesionales químicos farmacéuticos.

De la misma manera Redacción RPP, (2022) dice en un estudio sobre el precio de medicamentos en el Perú, con una muestra de 75 productos que se ofertan en toda

Latinoamérica, representan un 66 por ciento menos que en siete países de Latinoamérica, tal como se evidencia en la figura 02.

**Figura 1**

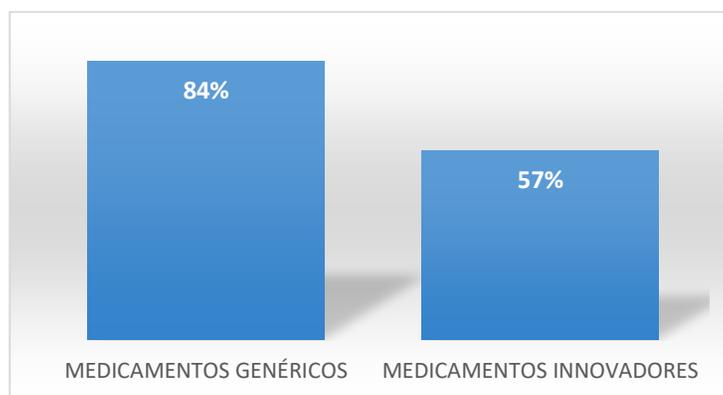
*Población con acceso a seguro de salud, según ámbito geográfico, 2009-2021*



*Nota.* Adaptado de la página del Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI, (2022), <https://www.gob.pe/inei/>

**Figura 2**

*Medicamentos en Perú son 66% más baratos que otros siete países*



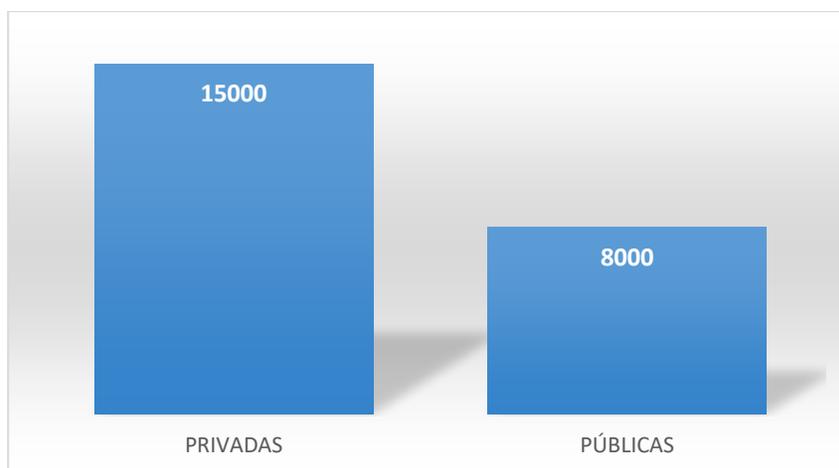
*Nota.* Adaptado de la página de Redacción RPP, (2022). <https://rpp.pe/economia/economia/ipsos-medicamentos-en-peru-son-66-mas-baratos-que-otros-siete-paises-noticia-1417741?ref=rpp>

En la figura 2, se observa cifras sorprendentes del porcentaje del precio de los medicamentos genéricos e innovadores, e incluso los medicamentos genéricos tienen un precio menor del 27 por ciento, evidenciando lo rentable del negocio de productos farmacéuticos en nuestro país al comparar los costos con otros siete países latinoamericanos.

En la figura 3 se observa el crecimiento exponencial de las boticas y farmacias que prestan su servicio en nuestro país, llegando ser 15000 establecimientos privadas, teniendo un poder, cuota de mercado, en el sector público solo administra 8000 de los 15000 entre boticas y farmacias pertenecientes al ministerio de salud, representando una diferencia de 7000 establecimientos de diferencia entre la privada y pública, representando un 47 por ciento.

**Figura 3**

*Cantidad de farmacias y boticas en Perú*

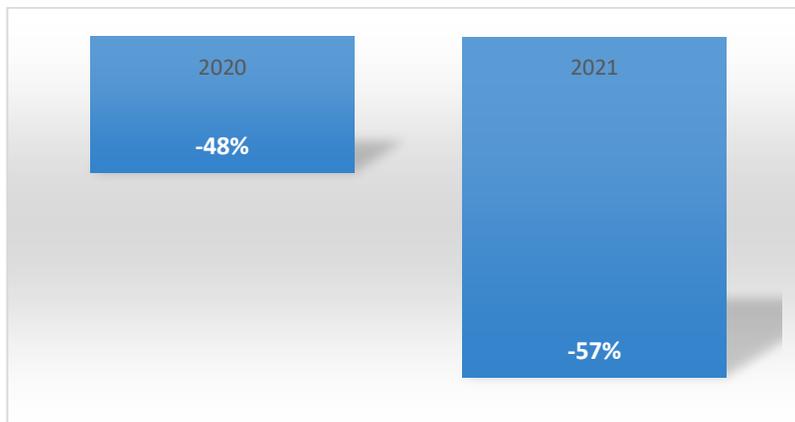


*Nota.* Adaptado de la página de Redacción RPP, (2022). <https://rpp.pe/economia/economia/ipsos-medicamentos-en-peru-son-66-mas-baratos-que-otros-siete-paises-noticia-1417741?ref=rpp>

En la figura 4 se corrobora que en nuestro país el precio de los medicamentos año tras año están decreciendo en un 27 por ciento aproximadamente conllevando ser un factor importante en beneficio de toda la población de nuestro país.

**Figura 4**

*Variación en porcentaje de precios de medicamentos - periodos 2020-2021*



*Nota.* Adaptado de la página de Redacción RPP, (2022). <https://rpp.pe/economia/economia/ipsos-medicamentos-en-peru-son-66-mas-baratos-que-otros-siete-paises-noticia-1417741?ref=rpp>

De acuerdo a las cifras presentadas, las empresas del sector farmacéutico (cadenas) están innovando, desarrollando diferentes estrategias de marketing para la fidelización de sus clientes con el objetivo de ser más efectivos en sus ventas y generar más rentabilidad.

Un tema por reflexionar se asume que de acuerdo a las cifras de la población con exceso al seguro de salud y con precios más bajos de Latinoamérica, las boticas, farmacias privadas deberían ser menor en número de establecimientos (cadenas) y en ventas, pero es todo lo contrario si comparamos con establecimientos de venta de medicamentos gestionados por el ministerio de salud, la propuesta de solución que se presenta en la investigación es proponer una mejora calidad de servicio de dispensación de medicamentos.

## **1.2. Delimitación del problema**

La investigación, por la naturaleza del mismo se circunscribe a tres delimitaciones que influyó sobre los resultados del proyecto de tesis:

### ***1.2.1. Delimitación temporal***

La presente investigación tendrá como inicio el mes de agosto del 2023 y se culminará en el mes agosto del 2024.

### ***1.2.2. Delimitación Social***

En la presente investigación las personas o sujetos de estudio serán clientes de botica Luzmedic de la provincia de Satipo.

### ***1.2.3. Delimitación Geográfica***

La presente investigación se llevará a cabo dentro de la botica Luzmedic de la provincia de Satipo.

## **1.3. Formulación del problema**

### ***1.3.1. Problema General***

¿Qué relación existe entre calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de la botica Luzmedic de la provincia de Satipo?

### ***1.3.2. Problema (s) Específico (s)***

- ¿Qué relación existe entre proceso de dispensación y fidelización en clientes de la botica Luzmedic de la provincia de Satipo?
- ¿Qué relación existe entre entorno para el servicio de dispensación y fidelización en clientes de la botica Luzmedic de la provincia de Satipo?
- ¿Qué relación existe entre personal y fidelización en clientes de la botica Luzmedic de la provincia de Satipo?

## **1.4. Justificación**

### ***1.4.1. Social***

La investigación beneficiara de manera directa a la botica Luzmedic de la provincia de Satipo, asimismo, a todos aquellos establecimientos (farmacias, boticas) que deseen aplicar la presente investigación el cual, les proporcionara información relevante sobre las variables estudiadas, originándose así mayores puestos de trabajo en favor de la población en general.

### ***1.4.2. Teórica***

Existen varios autores que han estudiado este tema específicamente de las dos variables, la base teoría que se ajusta y da soporte a la primera variable (calidad de servicio) es la que menciona el MINSA el año 2017 sobre el manual de las buenas prácticas de dispensación, y de la variable fidelización en la base teórica de Barahona, (2014) con sus cuatro dimensiones: “diferenciación, personalización, satisfacción, fidelidad, habitualidad”, todo ello con el objetivo de resolver problemas y brindar soluciones a las necesidades de nuestra población y contexto de estudio, la presente investigación servirá como punto de partida para otros estudios similares.

### ***1.4.3. Metodológica***

No se cuenta con justificación metodológica en la presente investigación porque se ha adaptado el instrumento de la tesis “Calidad de servicio en dispensación de medicamentos y fidelización de la farmacia Ebbonyfarma en los usuarios de Chimbote, 2021” para ambas variables de estudio (Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización).

## **1.5. Objetivos**

### ***1.5.1. Objetivo General***

Establecer la relación que existe entre calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de botica Luzmedic de la provincia de Satipo.

### ***1.5.2. Objetivo(s) Específico(s)***

1. Establecer la relación que existe entre proceso de dispensación y fidelización en clientes de la botica Luzmedic de la provincia de Satipo.
2. Establecer la relación que existe entre entorno para el servicio de dispensación y fidelización en clientes de la botica Luzmedic de la provincia de Satipo.
3. Establecer la relación que existe entre personal y fidelización en clientes de la botica Luzmedic de la provincia de Satipo.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes (nacionales e internacionales)

#### 2.1.1. Antecedentes Nacionales

**Vidal, (2020)** realizo su tesis denominado: “Calidad de servicio respecto al manual de buenas prácticas en dispensación y fidelización de Mi Farma – Huaraz, 2020”. El objetivo de la investigación fue “determinar la relación entre la calidad de servicio respecto al manual de buenas prácticas en dispensación y la fidelización de Mi Farma – Huaraz, 2020”. La metodología que utilizó fue de tipo aplicada, diseño descriptivo correlacional, no experimental de corte transversal, la muestra estuvo constituido por 290 clientes, la prueba estadística fue la Rho de Spearman, la conclusión general fue una correlación alta positiva entre las variables calidad de servicio y fidelización, aceptando la hipótesis alterna y rechazando la hipótesis nula.

**Irureta y Paucar, (2022)** realizo su tesis denominado: “Relación entre la calidad de servicio en dispensación y fidelización de los usuarios de la Botica F&C Farma, Collique – Comas, 2022”. El objetivo de la investigación fue “determinar la relación entre la calidad de servicio en dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022”. La metodología que utilizó fue un enfoque cuantitativo, tipo básico, prospectivo, diseño descriptivo correlacional, no experimental de corte transversal, la técnica utilizada fue la encuesta, el instrumento que se utilizó fue dos cuestionarios para las variables calidad de servicio y fidelidad respectivamente, la población fueron clientes que realizaron una compra entre los meses de junio, julio del año 2022, la muestra estuvo constituido por 120 clientes, los resultados más relevantes fueron que un 78.3% de encuestados tienen una buena percepción sobre la calidad de servicio y fidelización de las misma manera si nos referimos a las dimensiones de calidad de servicio como: proceso,

entorno, de dispensación y personal respecto a las dimensiones de la variable fidelización como diferenciación, personalización, satisfacción, fidelidad y habitualidad, evidenciando una buena fidelización, la conclusión general fue de acuerdo a los resultados mencionados se concluyó la no existencia de una relación significativa entre ambas variables con una p valor mayor a 0.05.

**Burgos, (2022)** realizo su tesis denominado: “Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del Centro de Atención al Ciudadano de una Municipalidad de Cajamarca, 2022”. El objetivo de la investigación fue “determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios del Centro de Atención al Ciudadano de una Municipalidad de Cajamarca 2022”. La metodología que utilizó fue de tipo aplicada, diseño experimental correlacional, la muestra estuvo constituida por 325 clientes, el instrumento fue el cuestionario, la prueba estadística fue la prueba de Rho de Spearman, validados por expertos con la escala de Likert, el resultado más relevante fue que la existencia de una relación significativa moderada de ambas variables de estudio con un p valor de significancia de 0.000 y con un coeficiente de 0.374, la conclusión general fue de acuerdo a los resultados mostrados todo el personal del municipio de Cajamarca del periodo 2022 de área de atención al cliente otorgan la calidad de servicio cumpliendo todas las expectativas del servicio prestado de la municipalidad.

**De Tomas, (2018)** realizo su tesis denominado: “Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la distribución de productos farmacéuticos del Hospital 2 de Mayo, 2017”. El objetivo de la investigación fue “determinar la relación entre estas dos variables en la distribución de productos farmacéuticos del Hospital 2 de mayo durante el 2017”. La metodología que utilizó fue de tipo básica, diseño no experimental, método general el científico, método específico el hipotético deductivo, enfoque cuantitativo, el instrumento

fueron dos, con una muestra de 187 clientes , la técnica fue la ficha de observación y la encuesta, la prueba estadística fue la prueba no paramétrica de Rho Spearman, la conclusión general fue la relación significativa fuerte y perfecta de las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario (se interpreta que a mayor calidad de servicio se evidencia una mayor satisfacción), de la misma manera la satisfacción con la dimensión elementos tangibles referente a la distribución de elementos tangibles, llegando ser una positiva débil, con la dimensión seguridad con la misma variable satisfacción el resultado fue el mismo positiva débil, en todas las dimensiones se evidencio una mayor prevalencia de capacidad de respuesta en la variable satisfacción del cliente o usuario, .

**Alcedo, (2021)** realizo su tesis denominado: “Calidad de servicio en dispensación de medicamentos y fidelización de la farmacia Ebbonyfarma en los usuarios de Chimbote, 2021”. El objetivo de la investigación fue “determinar la relación entre la calidad de servicio en dispensación de medicamentos y la fidelización de la farmacia Ebonnyfarma Chimbote, 2021”. La metodología que utilizó fue de tipo aplicada, diseño no experimental de corte transversal, alcance correlacional, la muestra estuvo conformado por 264 usuarios, el instrumento fue la encuesta, la técnica el cuestionario, la prueba estadística fue Rho Spearman, la conclusión general fue la relación entre ambas variables rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna de investigación, con una correlación positiva alta.

### ***2.1.2. Antecedentes Internacionales***

**Rodríguez, (2021)** realizo su tesis denominado: “Evaluación de la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios de la farmacia institucional del Hospital Teófilo Dávila de la Ciudad De Machala”. El objetivo de la investigación fue “evaluar la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios de la farmacia institucional del Hospital Teófilo Dávila de la ciudad de Machala para mejorar la calidad”. La metodología que utilizó fue el método general

científico, el método específico fue el deductivo, tipo descriptivo, el instrumento fue modelo SERVQUAL diseñándose un cuestionario de 22 reactivos, la muestra usuarios de la farmacia basándose en la percepción sobre la atención del área en mención, los resultados más relevante fue respecto al indicador de servicio por parte de los pacientes de la institución de salud al respecto de un servicio basado en la educación, respeto conllevando al paciente a sentir seguridad, de la misma manera la medir las percepciones se evidenció que las dimensiones como la empatía, seguridad, fueron indicadores con un calificativo muy alto pero las dimensiones capacidad de respuesta, confiabilidad, aspectos físicos tuvieron una media baja la recomendación es desarrollar una estrategia basado en visión institucional en favor a una atención de calidad y basado en respeto hacia los usuarios.

**Guananga, (2022)** realizó su tesis denominado: “Implementación del sistema de dispensación de medicamentos por dosis unitaria en el Hospital Geriátrico Dr. Bolívar Arguello de Riobamba”. El objetivo de la investigación fue “implementar el sistema de dispensación de medicamentos por dosis unitaria (SDMDU) en el Hospital Geriátrico Dr. Bolívar Arguello de la ciudad de Riobamba”. La metodología que utilizó fue de tipo aplicada, diseño no experimental de corte transversal, los métodos específicos fueron el descriptivo, deductivo, la conclusión general fue la no existencia de un sistema de dispensación de medicamentos por dosis unitaria por parte de los farmacéuticos respecto a la conformidad de las recetas, visitas médicas y sobre todo en la dispensación de medicamentos, adicionalmente la falta de una gestión adecuada, falta de control en la logística de los medicamentos, para ello se elaboró un procedimiento operativo estandarizado que fue para todo el personal de salud por el periodo de dos meses evidenciando errores, de despacho y dispensación y algunos puntos de mejora, la conclusión fue:

La existía de una optimización de recursos gracias a la devolución de medicamentos evitando su pérdida, deterioro o caducidad, y a un mejor manejo de la farmacoterapia del paciente, demostrado en el seguimiento farmacoterapéutico e intervenciones farmacéuticas.

**Cevallos, (2022)** realizo su tesis denominado: “Análisis de la función del farmacéutico en el sistema de atención de salud y la realidad ecuatoriana”. El objetivo de la investigación fue “definir su rol en la farmacia hospitalaria y comunitaria, los servicios farmacéuticos que dirige, su papel en el equipo de salud y su realidad en el Ecuador”. La metodología que utilizó fue un enfoque cualitativo, nivel descriptivo, tipo revisión bibliográfica, la conclusión general fue que el profesional denominado farmacéutico es fundamental en toda institución de salud porque es el profesional encargado de avalar la calidad, seguridad, eficiencia y eficacia en todo el proceso que empieza en la dispensación y culmina en el tratamiento del paciente o usuario (educación sanitaria), de la misma manera en el contexto del país de Ecuador se evidenció que las funciones del profesional farmacéutico no se encuentran especificadas, siendo su rol y papel fundamental en todo centro de salud e incluso en esa realidad la existencia de varios documentos normativos que no se incluye ni se menciona al profesional farmacéutico.

**Román et al., (2020)** realizo su investigación plasmado en un artículo científico denominado: “Consideraciones éticas en la dispensación de medicamentos en farmacias de Ecuador”. El objetivo de la investigación fue “Caracterizar desde una perspectiva ética-deontológica la dispensación de medicamentos en las farmacias de Cuenca-Ecuador, 2018”. La metodología que utilizó fue un diseño no experimental, descriptivo, transversal, la muestra estuvo constituido por 65 sujetos de estudio (muestra no probabilística), el instrumento fue

el cuestionario, los datos fueron procesados por el software SPSS versión 23, la conclusión general fue:

La resolución empírica de los conflictos éticos durante el ejercicio de la profesión se realiza sin un fundamento ético-deontológico. El nivel de conocimiento en Ética y Deontología requiere una intervención desde la capacitación institucional y formación profesional de modo que se revierta en la adopción de decisiones acertadas que garanticen la seguridad del paciente como persona.

**León, (2020)** realizó su investigación de su artículo científico denominado: “Estudio de patrones de prescripción y dispensación de medicamentos a pacientes ambulatorios de cuatro IPS del municipio de Villavicencio”. El objetivo de la investigación fue “identificar algunos patrones de la prescripción y dispensación ambulatoria de medicamentos en 4 IPS del municipio de Villavicencio”. La metodología que utilizó fue un estudio descriptivo observacional de corte transversal, la conclusión fue que las prescripciones médicas no se han estado cumpliendo adecuadamente de acuerdo a la normativa colombiana en las 4 IPS del municipio de Villavicencio respecto a la dispensación de medicamentos, la cual ocasionó errores en el momento de otorgar los medicamentos.

## **2.2. Bases Teóricas o Científicas**

### ***2.2.1. Variable 1: Calidad de Servicio***

#### **2.2.1.1. Definiciones**

La calidad de servicio es considerado una herramienta estratégica esencial para toda empresa sea pública o privada y de cualquier rubro, con el objetivo de obtener un posicionamiento en el mercado, crear, brindar un valor agregado al servicio o producto (diferenciación) y estar un paso delante de la competencia (Ofcom, 2017).

De la misma manera Kotler & Armstrong, (2016) refieren que en el sector industrial en general la clave es otorgar una calidad de servicio, con el fin de enlazar lazos de conexión con los clientes, a través de la calidad que no se centren solo en cubrir necesidades, deseos sino superar las expectativas de los clientes de igual manera consolidar a cualquier empresa en su posicionamiento y competitividad.

También Kaura et al., (2015) dicen que la calidad de servicio es una herramienta que proporciona a toda empresa poder influenciar hacia el cliente en la toma de decisión final por el cual conllevará volver a repetir la compra o servicio, dependiendo de las cualidades del producto o servicio bien definidas para cubrir las expectativas del cliente el siguiente nivel será la fidelidad creando una relación duradera y recompra entre la organización con los clientes, creando una diferenciación ante la competencia (ventaja competitiva).

Ojo, (2010) menciona que la calidad de servicio se ha convertido en estos últimos años en un diferencial transformador encargado de construir relaciones sostenibles, duraderas con los clientes, con un adecuado nivel de calidad de servicio se concretizará el posicionamiento de la marca, producto o servicio en la mente del clientes o consumidor, por ello todas las organizaciones, empresas invierten tiempo, dinero por priorizar una calidad de servicio para captar nuevos clientes y fidelizar a los recurrentes, conllevando a mayores ventas e incremento de su rentabilidad.

Respecto a la calidad de servicio en el sector salud específicamente en las farmacias o también conocidas como droguerías, para definir el concepto de calidad de servicio de dispensación de medicamentos nos vamos a centrar en el manual de buenas prácticas de dispensación, en la cual se menciona la manera de implementar los mejores estándares de calidad de servicio, para todos los clientes que asisten a una farmacia a nivel nacional (MINSA, 2017).

En la presente investigación nos quedamos con la teoría del MINSA, (2017) respecto al manual de buenas prácticas de dispensación, porque el propósito de la presente investigación es aportar con sugerencias, recomendaciones para prosperar la salud de la selva central mediante una adecuada e idónea dispensación de medicamentos en las diversas boticas, farmacias, otorgando un servicio de calidad y sobre todo lo más importante buscando el bienestar, derechos de los pacientes o usuarios (proporcionar el medicamento adecuado, dosis, cantidad, información, uso, conservación, envase que garantice la calidad del producto médico).

### **Definición de las dimensiones de la variable calidad de servicio de dispensación**

- **Proceso de dispensación**, es la actividad realizada por un profesional farmacéutico (recepción, validación, análisis, interpretación, selección, entrega, registro) de brindar un servicio de calidad otorgándole medicamentos a un cliente o usuario ante el requerimiento de una receta médica emitido por un profesional de la salud. (MINSA, 2017)

- **Entorno para el servicio de dispensación**, es básicamente referido al ambiente o espacio físico organizados, limpios, seguros que se requiere para la dispensación de medicamentos basados en normas del MINSA y DIRESA, como por ejemplo las estanterías, medicamentos, equipos, materiales de envasado. (MINSA, 2017)

- **Personal**, se refiere al profesional farmacéutico que es la parte fundamental del proceso de la dispensación y se toma en cuenta la apariencia, disponibilidad, fiabilidad y comportamiento (MINSA, 2017)

#### ***2.2.2. Variable 2: Fidelidad***

##### **2.2.2.1. Definición**

Alcaide, (2010) define a la fidelidad en un enfoque operacional como la relación con conducta, actitud en resumen lealtad o inclinación, cariño de los clientes o usuarios hacia un producto, servicio, marca, logo con el objetivo de toda organización de ir más que la satisfacción es brindar experiencias y cubrir expectativas, para convertirlos en clientes recurrentes de compras o prestación de servicios (recompra).

De la misma manera Kumar & Srivastava, (2013) indican que al hablar de fidelidad es muy complejo, si aún lo plasmamos en la realidad como por ejemplo retener a usuarios, clientes fidelizados en una labor muy complicada, debía en estos años que vivimos (globalización), competencia, clientes informados, dónde buscan los beneficios más convenientes, con altos estándares de calidad, para ello todas las organizaciones están en constante mejora continua para proporcionar un abanico de productos, servicios diferenciados y con valor agregado, porque sin esas estrategias e innovación las organizaciones no sobrevivirían, la no existencia de ventas se refleja en baja o nula rentabilidad.

Por su parte Lacey et al., (2007) dicen que la fidelidad es considerada como parte del marketing relacional e incluso se podría decir que también interviene el neuromarketing, porque se desarrolla las actitudes, comportamientos de los usuarios o clientes manifestado en una relación directa con la organización o empresa, logo, marca, evidenciando en la aceptación de los clientes y como herramienta clave el excelente servicio de calidad que dio como resultado una duradera relación.

Por otro lado Ishak & Ghani, (2013) indican que en las empresas el concepto de fidelización lo consideran un beneficio tangible y muy importante, por ejemplo cuando un usuario, cliente se encuentra satisfecho con el servicio prestado o la calidad de un producto se entiende que se logró el objetivo de alcanzar la lealtad hacia la marca ya que es fin de toda

empresa, por lo contrario al plantear crecer en la captación de clientes nuevos genera costos muy altos para cualquier empresa de cualquier rubro, reflejándose en una pérdida inútil sin ningún beneficio.

En la presente investigación nos quedamos con lo mencionado por Barahona, (2014) que refiere que la fidelización de los clientes es la encargada de reclutar clientes con el objetivo de realizar relaciones comerciales duraderas, continuas y sostenibles a largo plazo, evidenciando sentimiento positivo, la fidelización de clientes o usuarios está conformado por cuatro dimensiones: diferenciación, personalización, satisfacción, fidelidad, habitualidad.

### **Definición de las dimensiones de la variable Fidelidad**

- **Diferenciación**, es considerado como diferenciador o valor agregado que ofrece las empresas tanto a sus productos y servicios, encontrándose un paso delante de la competencia (es utilizado como estrategia para obtener más clientes). (Barahona, 2014)

- **Personalización**, en el mercado de bienes y servicios, la primera peculiaridad son los tipos de clientes, con diferentes personalidad, actitudes, costumbre, cada uno de ellos con distintas necesidades, por ello las empresas tomando en cuenta lo mencionado innovan, adaptan sus productos, servicios de acuerdo a sus deseos, necesidades, expectativas, llegando a la conclusión que todo el universo sea considerado como clientes potenciales, convirtiéndolos en la creación de una estrecha, duradera relación en beneficio de ambas partes. (Navarro, 2010)

- **Satisfacción**, tiene un vínculo directo con las expectativas del cliente, que se necesita ser satisfecho y se puede medir mediante una calificación numéricas, porcentuales o a través de respuestas emocionales (feeling del cliente), e incluso dentro del concepto de satisfacción es la solución de quejas e inconvenientes por parte del cliente (Zeithaml, 2014)

- **Fidelidad**, es un concepto que está supeditado a la satisfacción que se interpreta en un antes y un después respecto a las expectativas sobre un producto o servicio, de la misma manera mide el grado de relación y sobre todo el esfuerzo de la empresa de crear estrategias para un lazo íntimo entre el cliente y de la misma manera un compromiso con los proveedores (García, 2015)

- **Habitualidad**, se considera la piedra angular del concepto de fidelización se mide mediante la periodicidad de las ventas, la cantidad de productos, de la misma manera es importante incluir indicadores como tiempo, días, meses, años, por cada compra sobre el tiempo de atención entre el consumidor y negociante (Carrión, 2008).

### **2.3. Marco Conceptual**

**Recepción y Validación de la prescripción:** Se relaciona directamente con la receta (confiables, legibles y sin errores), con un local farmacéutico con permisos, licencias y un químico farmacéutico, concluyendo a una orientación pertinente e idónea, todo ello basado a las normas y legislación actual de nuestro país y entes supervisores de salud (MINSA, 2017).

**Análisis e Interpretación de la prescripción:** Se refiere en analizar, interpretar las recetas por parte de los químicos farmacéuticos, tomando en cuenta las dosis (cantidad), si fuera el caso de incongruencia se sugiere realizar una interconsulta con su doctor o médico (prescriptor) (MINSA, 2017).

**Preparación y Selección de los productos para su entrega:** Posteriormente a la etapa o proceso de análisis e interpretación de la prescripción (tomando en cuenta la receta sin dudas ni observaciones), uno de los principales procesos es la preparación de los medicamentos para la entrega al usuario o paciente, que consiste en:

El rotulado correcto de todos los productos ubicados en los diferentes estantes (etiquetado con las orientaciones de acuerdo a las normas establecidas por el ministerio o ente supervisor).

El dispensador encargado de brindar una atención de calidad, en el momento de cuantificar los diversos medicamentos a granel como por ejemplo pastillas, capsulas, debe de usar guantes, con el fin de maniobrar o evitar el contacto con los medicamentos (normas de higiene).

El uso adecuado de la cadena de frio sobre todo en los locales de clima cálidos con el propósito del cuidado de los medicamentos, en el momento del traslado y conservación (MINSa, 2017).

**Registros:** Se basa en el libro de recetas que todo centro de salud (boticas y farmacias) lo deben de haber implementado con el fin de mitigar o evitar futuros inconvenientes, o de lo contrario si hubiera el establecimiento contara con información para futuros informes si fuera el caso.

**Entrega de los productos e Información por el dispensador:** En este caso el protagonista es el químico farmacéutico, quien es el responsable de brindar al usuario o paciente una información respecto a la administración, uso, dosis, respecto al medicamento e instrucciones claras e idóneas (MINSa, 2017).

### **III. HIPOTESIS**

#### **3.1 Hipótesis General**

Existe relación directa entre calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de botica Luzmedic de la provincia de Satipo.

### **3.2 Hipótesis (s) Específica (s)**

1. Existe relación directa entre proceso de dispensación y fidelización en clientes de botica Luzmedic de la provincia de Satipo.
2. Existe relación directa entre entorno para el servicio de dispensación y fidelización en clientes de botica Luzmedic de la provincia de Satipo.
3. Existe relación directa entre personal y fidelización en clientes de botica Luzmedic de la provincia de Satipo.

### **3.3 Variables (definición conceptual y operacionalización)**

#### ***3.3.1. Variable 1: Calidad de servicio de dispensación de medicamentos***

**3.3.1.1. Definición Conceptual.** Respecto a la calidad de servicio en el sector salud específicamente en las farmacias o también conocidas como droguerías, para definir el concepto de calidad de servicio de dispensación de medicamentos nos vamos a centrar en el manual de buenas prácticas de dispensación, en la cual se menciona la manera de implementar los mejores estándares de calidad de servicio, para todos los clientes que asisten a una farmacia a nivel nacional (MINSa, 2017).

**3.3.1.2. Definición Operacional.** La variable calidad de servicio de dispensación de medicamentos, será medida por un cuestionario con alternativas de escala tipo Likert.

#### ***3.3.2. Variable 2: Fidelización***

**3.3.2.1. Definición Conceptual.** Barahona, (2014) que refiere que: La fidelización de los clientes es la encargada de reclutar clientes con el objetivo de realizar relaciones comerciales duraderas, continuas y sostenibles a largo plazo,

evidenciando sentimiento positivo, la fidelización de clientes o usuarios está conformado por cuatro dimensiones: diferenciación, personalización, satisfacción, fidelidad, habitualidad.

**3.3.2.2. Definición Operacional.** La variable fidelización, será medida por un cuestionario con alternativas de escala tipo Likert.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1 Método de Investigación**

En este estudio se ha utilizado el método científico, porque se obtuvo información veraz, confiable, de la población y del contexto (clientes de la BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo) para poder comprender, indagar, modificar y emplear el conocimiento adquirido en propuestas de mejora, la investigación se va basar en dos aspectos fundamentales, uno como parte del proceso (partiendo de un problema a investigar y emplear todas las etapas del método científico) y la parte formal (es la presentación de los resultados del proceso culminando en el informe final). (Hernández & Mendoza, 2018)

#### ***4.1.1. Método hipotético deductivo***

Valderrama, (2015), menciona que el método hipotético deductivo se basa en la observación de casos o problemas particulares para luego formular y contrastar las hipótesis, a través de un razonamiento deductivo, para posteriormente validar empíricamente ahí los procesos metodológicos de inducción/deducción se convierte en el método hipotético deductivo” (p. 97).

En la presente investigación se ha considerado el método hipotético deductivo porque se basó la investigación en el principio básico de la observación, teoría e identificar el problema en clientes de la BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo y sus posibles causas, para luego confirmar o rechazar la hipótesis general de investigación para explicar el fenómeno y brindar posibles soluciones confrontando con los hechos reales.

### **4.2 Tipo de Investigación**

Este estudio o investigación es de tipo básico o pura porque se va a describir la realidad problemática en clientes de la BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo, basándonos en un marco teórico (estudios previos) sin resolver el problema de la vida real o

algún aspecto práctico (propuestas, recomendaciones de mejora). (Hernández y Mendoza, 2018)

### **4.3 Nivel de Investigación**

Villegas et al., (2019) refiere que el nivel correlacional fija la relación de causalidad en manera coherente, lógica entre las variables de estudio y establece variables colaterales (p. 97).

La investigación es de nivel relacional porque el estudio empezó en un nivel básico como es el observacional (problema en clientes de la BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo por una baja fidelización), luego se complementó el siguiente paso con la descripción del problema hasta llegar al nivel relacional donde se va relacionar el problema de la investigación con una de las causas observadas (Calidad de servicio de dispensación de medicamentos).

### **4.4 Diseño de la Investigación**

El diseño que se ha empelado en la presente investigación fue descriptivo correlacional porque en la investigación el objetivo fue ver si las variables calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización guardan relación (Mártinez, 2020)

#### ***4.4.1. Diseño descriptivo***

La investigación fue no experimental o también llamado descriptivo, es cuando el investigador no manipula las variables ni la población (Roberto Hernández & Mendoza, 2018b).

#### ***4.4.2. Diseño transversal***

Según (R Márquez, 2020), dice que el diseño transversal se aplican el instrumento en un solo momento para adjuntar información veraz, oportuna pero dependiendo del tamaño

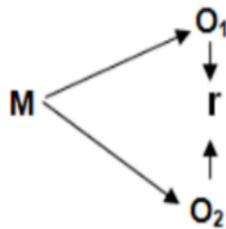
de la muestra se va aplicar en varios momentos, pero se hará la medición de la variables en un solo momento.

#### **4.4.3. Diseño cuantitativo**

Los diseños cuantitativos tienen la peculiaridad general si se emplea una encuesta en la investigación, incluido cantidades, porcentajes, la existencia de números relevantes para la investigación es un diseño cuantitativo (Mártinez, 2020)

**Figura 5**

*Esquema del diseño de la investigación.*



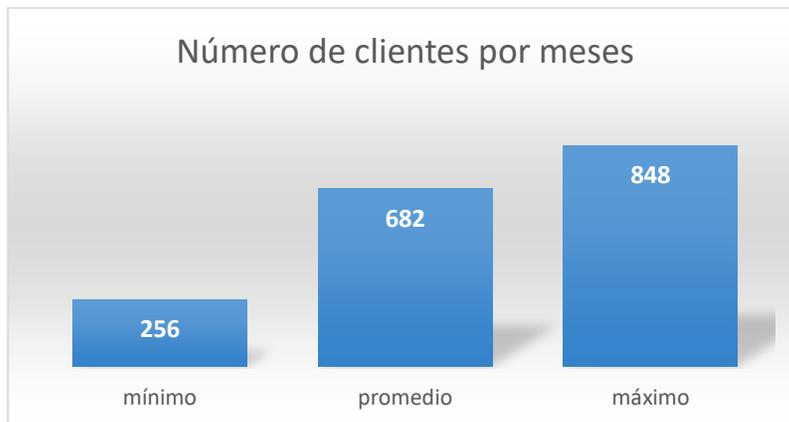
Donde:

- M : Muestra.
- O1 : Observación de la primera variable.
- O2 : Observación de la segunda variable.
- r : Relación entre las variables

### **4.5 Población y muestra**

#### **4.5.1. Población**

Es considerado un grupo de personas, animales u objetos que tienen ciertas características en común, que permiten agruparlas para su estudio, en la presente investigación se consideró a los clientes de la BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo (Hernández y Mendoza, 2018). En la presente investigación se tomará en cuenta a 256 clientes o usuarios del último mes de febrero, considerado un mes bajo o mínimo.

**Figura 6***Número de clientes por meses*

Nota: Adaptado del MOF de la Cooperativa Andreli

**4.5.2. Muestra**

Hernández y Mendoza, (2018), indica que se aplica en el enfoque o método cuantitativo, es considerado un subgrupo del universo que es relevante para nuestra investigación, sobre todo en la recolección de datos, para difundir los resultados obtenidos y es definido desde el planteamiento del problema.

Aplicando la formula se obtuvo que la muestra será 153 clientes de la BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo de un total de 256, en la presente investigación se aplicó la muestra probabilística, porque se aplicó la formula estadística por ser una población finita.

**Figura 7***Muestra para población finita*

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

En la figura 7, se observa la fórmula de población finita donde se asume un nivel de confianza del 95 por ciento y un margen de error del 4 por ciento con una probabilidad del 50 por ciento.

#### **4.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos**

##### ***4.6.1. Técnica***

En la presente investigación se empleará la técnica de la encuesta que es la forma de recolectar información de la investigación de las variables de estudio y posteriormente ser procesados y contrastar la hipótesis de estudio (Bernal, 2016).

##### ***4.6.2. Instrumento***

Bernal, (2016) dice que el cuestionario se le considera como un conjunto de preguntas en referencia de una o varias variables que requieren ser medibles.

En la presente investigación se utilizará el cuestionario, con una escala de Likert con cinco opciones: 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi siempre y 5 = Siempre.

El instrumento de investigación que consta de las dos variables de estudio (Variable 1: Calidad de servicio – V2 Fidelización) fue adaptado de (Vidal, 2020, pág. 48 - 53) tesis titulada: “Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo”

#### **4.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos**

En el presente estudio se procesará los datos de la muestra que estará conformado por los en clientes de la BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo, a quienes previamente se les brindo las indicaciones del llenado del cuestionario, que sería anónimo y las firmas del consentimiento informado, para posteriormente tabular los resultados en cuadros de frecuencia, interpretación de los gráficos, con la ayuda del software SPSS 26 (Statistical

Package for Social Sciences), la prueba estadística que se utilizará será el Rho Spearman (Mártinez, 2020).

#### **4.8 Aspectos éticos de la Investigación**

La presente investigación, se ha cumplido todas las indicaciones de la Universidad Peruana los Andes, plasmado en su reglamento de investigación, partiendo desde el título de investigación (originalidad), tomando en cuenta las normas APA séptima edición referente a las citas, referencias, sobre todo respetando el derecho de autor, en el momento de aplicar el instrumento (cuestionario) a todo los clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo, se le brindará la información del objetivo y llenado del cuestionario, se les hará firmar el consentimiento informado a cada personal y la debida autorización de los superiores, respetando los protocolos de seguridad. De la misma manera al Reglamento del Código de Ética de investigación, de la UPLA, capítulo II que nos habla de los principios y normas de comportamiento y según el Artículo 4º: Principios de la actividad investigadora refiere que la presente investigación ampara a todos los sujetos, objetos, animales e instituciones que forman parte de la presente investigación, por consiguiente, que la presente investigación se ha considerado información anónima velando la integridad de la muestra. Referente al inciso b, c, d, e.

## V. RESULTADOS

### 5.1 Descripción de resultados

#### Variable 1: Calidad de servicio de dispensación

Tabla 1

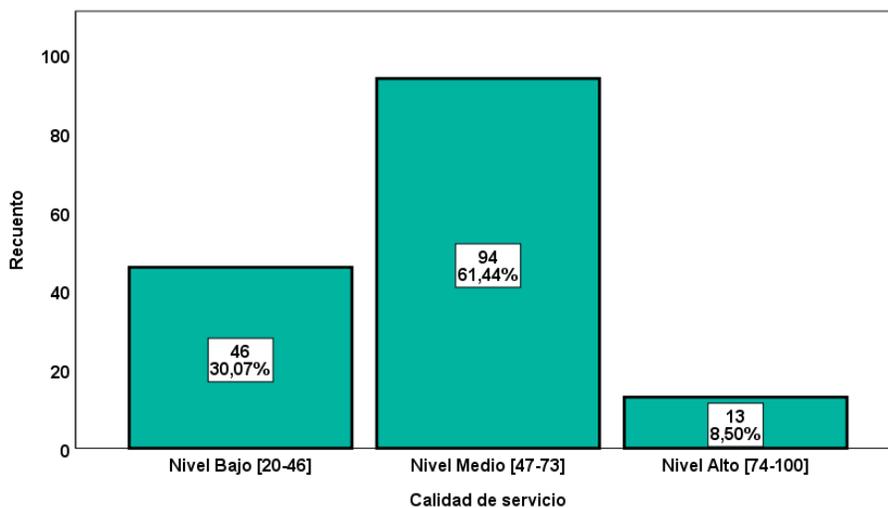
Variable 1 – Calidad de servicio de dispensación

Niveles	Baremo	frecuencia	porcentaje
Baja	20 a 46	46	30,07%
Media	47 a 73	94	61,44%
Alta	74 a 100	13	8,50%
Total		153	100%

Nota: Resultados del SPSS

Figura 8

Variable 1 – Calidad de servicio de dispensación

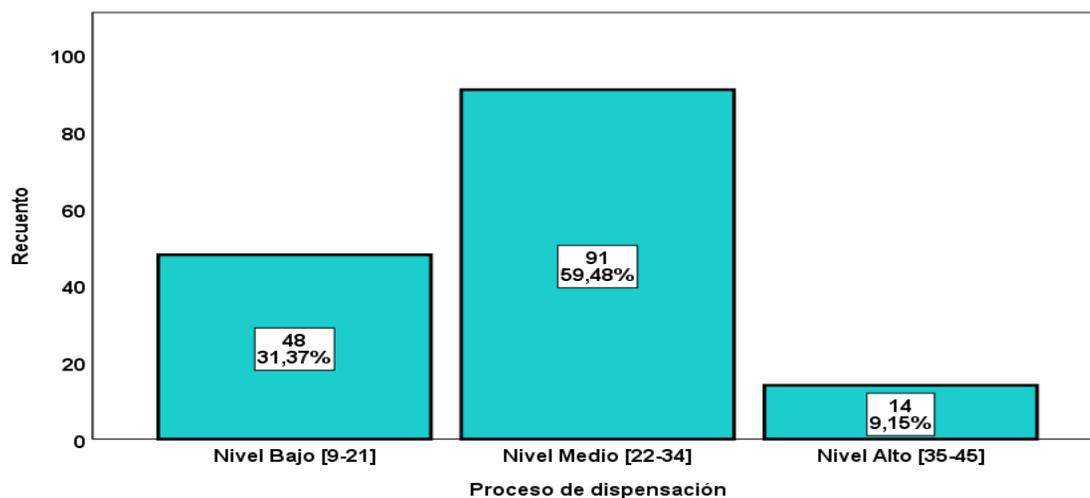


Nota: Resultados del SPSS

En la figura 8, se muestra que el 30.7% de los clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo, tienen un nivel bajo, el 61.44% un nivel medio y el 8.5% un nivel alto.

**Tabla 2***Dimensión 1 Variable 1: Proceso de dispensación*

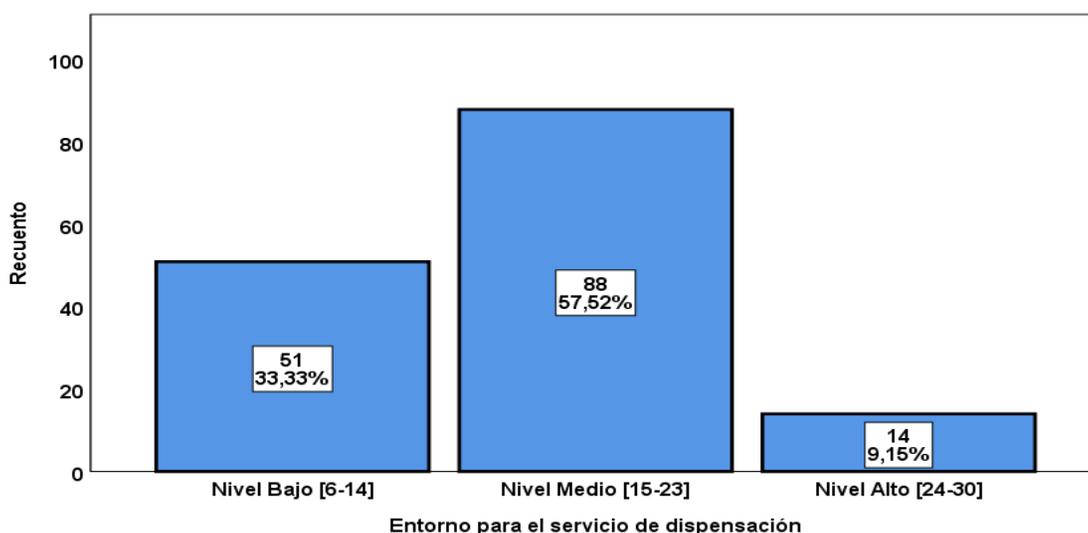
Niveles	Baremo	frecuencia	porcentaje
Baja	9 a 21	48	31,37%
Media	22 a 34	91	59,48%
Alta	35 a 45	14	9,15%
Total		153	100%

*Nota:* Resultados del SPSS**Figura 9***Dimensión 1 Variable 1 – Proceso de dispensación**Nota:* Resultados del SPSS

En la figura 9, se muestra que el 31.37% de los clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo, tienen un nivel bajo, el 59.48% un nivel medio y el 9.15% un nivel alto.

**Tabla 3***Dimensión 2 - Variable 1: Entorno para servicio de dispensación*

Niveles	Baremo	frecuencia	porcentaje
Baja	6 a 14	51	33,33%
Media	15 a 23	88	57,52%
Alta	24 a 30	14	9,15%
Total		153	100%

*Nota: Resultados del SPSS***Figura 10***Dimensión 2- Variable 1 – Entorno para servicio de dispensación**Nota: Resultados del SPSS*

En la figura 10, se muestra que el 33.33% de los clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo, tienen un nivel bajo, el 57.52% un nivel medio y el 9.15% un nivel alto.

### **Comentario personal:**

Cuándo nos referimos a la dimensión entorno para servicio de dispensación, se refiere más del 50% de los clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo, tienen un nivel medio y 33.33% nivel bajo respectivamente porque se evidencia en el contexto de la selva

central, el clima es un factor que afecta directamente a los medicamentos, por ello se recomienda al administrador de botica Luzmedic, contar con equipos de almacenamiento en condiciones óptimas de dispensación en lo que se refiere en la temperatura, humedad, de la misma manera tener limpio los equipos, estantes materiales, realizar supervisión periódicas mensualmente para brindar una calidad de servicio y de los productos mediante un sistema de rotación de existencias para estar alertar en caso pueda suceder vencimiento de los medicamentos.

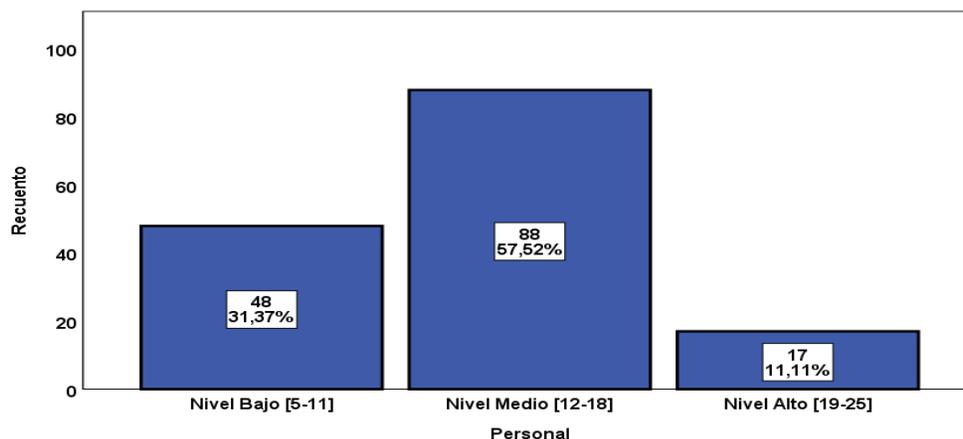
Realizar un plan de mantenimiento de equipos y sobre todo tener alejado alimentos cerca de ellos, por ejemplo, en el contexto de la provincia de Satipo, el hecho que suceda un derrame de algún líquido dulce conllevaría la aparición masiva de insectos se plantea incluir al plan un cronograma de actividades de limpieza, mantenimiento y descongelación de la refrigeradora (medicamentos con conservación con bajas temperaturas).

**Tabla 4**

*Dimensión 3 - Variable 1: Personal*

<b>Niveles</b>	<b>Baremo</b>	<b>frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Baja	5 a 11	48	31,37%
Media	12 a 18	88	57,52%
Alta	19 a 25	17	11,11%
Total		153	100%

*Nota:* Resultados del SPSS

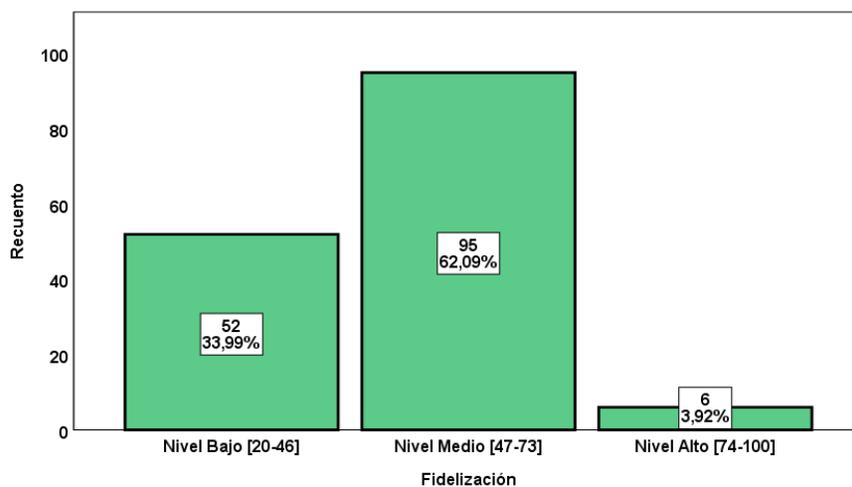
**Figura 11***Dimensión 3- Variable 1 – Personal**Nota:* Resultados del SPSS

En la figura 11, se muestra que el 30.37% de los clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo, tienen un nivel bajo, el 57.52% un nivel medio y el 11.11% un nivel alto.

**Variable 2: Fidelización****Tabla 5***Variable 2: Fidelización*

Niveles	Baremo	frecuencia	porcentaje
Baja	20 a 46	52	33,99%
Media	47 a 73	95	62,09%
Alta	74 a 100	6	3,92%
Total		153	100%

*Nota:* Resultados del SPSS

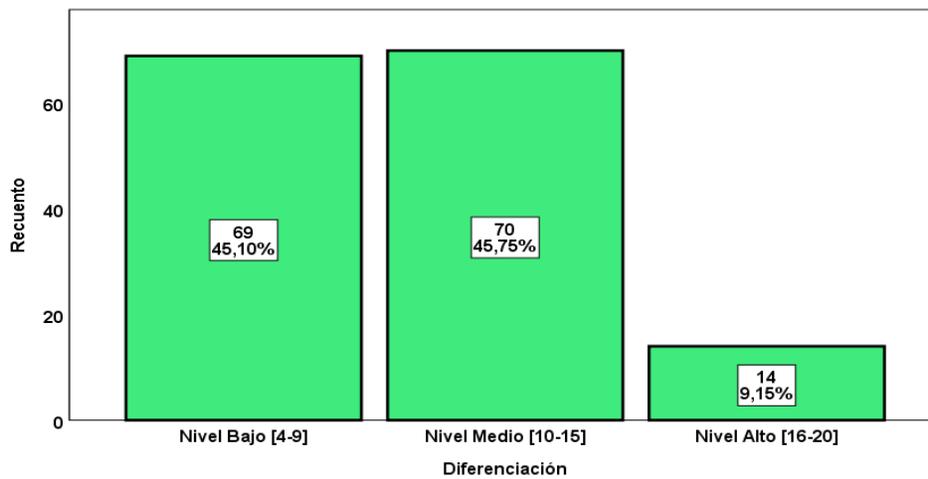
**Figura 12***Variable 2 – Fidelización**Nota:* Resultados del SPSS

En la figura 12, se muestra que el 33.99% de los clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo, tienen un nivel bajo, el 62.09% un nivel medio y el 3.92% un nivel alto.

**Tabla 6***Dimensión 1 Variable 1: Diferenciación*

Niveles	Baremo	frecuencia	porcentaje
Baja	4 a 9	69	45,10%
Media	10 a 15	70	45,75%
Alta	16 a 20	14	9,15%
Total		153	100%

*Nota:* Resultados del SPSS

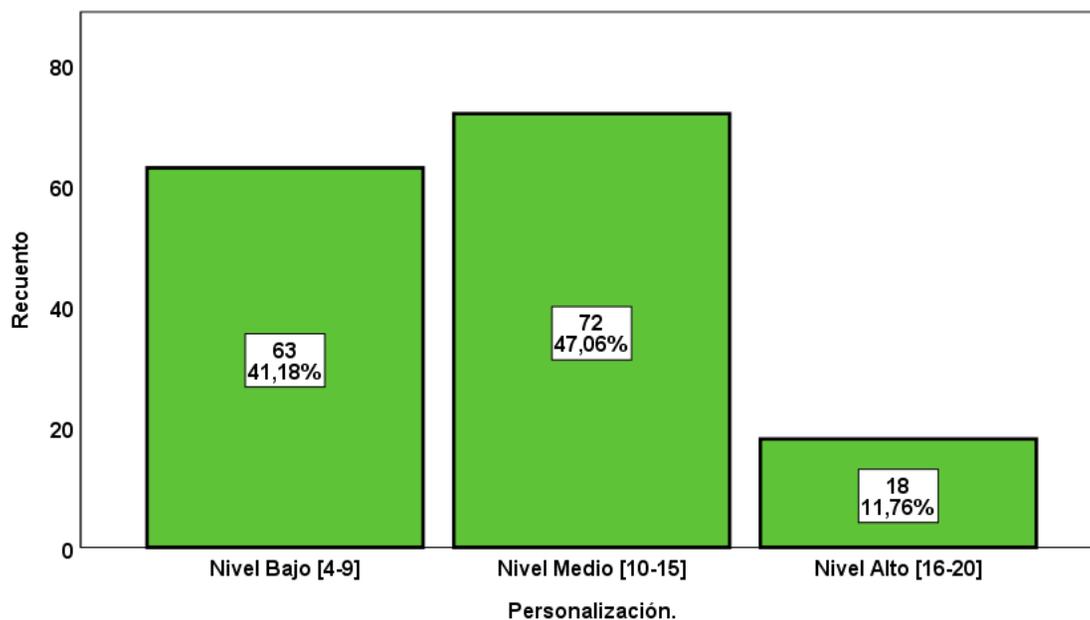
**Figura 13***Dimensión 1 Variable 2 – Diferenciación**Nota:* Resultados del SPSS

En la figura 13, se muestra que el 46.10% de los clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo, tienen un nivel bajo, el 45.75% un nivel medio y el 9.15% un nivel alto.

**Tabla 7***Dimensión 2 - Variable 2: Personalización*

Niveles	Baremo	frecuencia	porcentaje
Baja	4 a 9	63	41,18%
Media	10 a 15	72	47,06%
Alta	16 a 20	18	11,76%
Total		153	100%

*Nota:* Resultados del SPSS

**Figura 14***Dimensión 2- Variable 2 – Personalización*

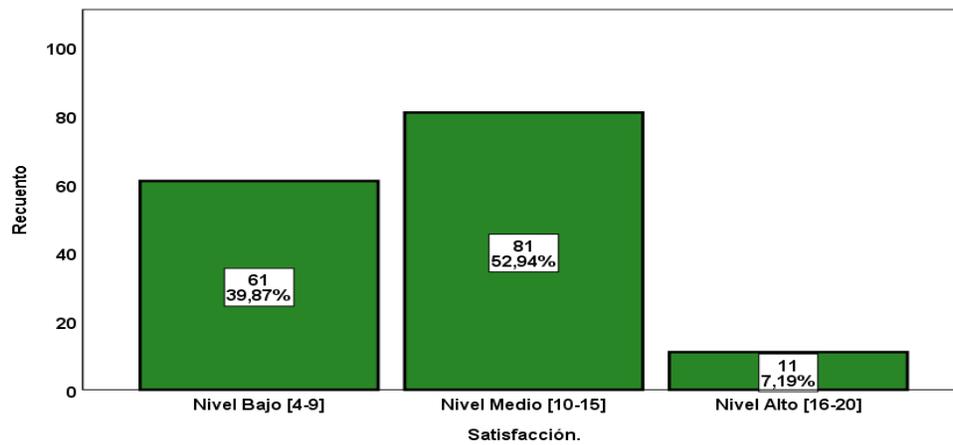
Nota: Resultados del SPSS

En la figura 14, se muestra que el 41.18% de los clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo, tienen un nivel bajo, el 47.06% un nivel medio y el 11.76% un nivel alto.

**Tabla 8***Dimensión 3 - Variable 2: Satisfacción*

Niveles	Baremo	frecuencia	porcentaje
Baja	4 a 9	61	39,87%
Media	10 a 15	81	52,94%
Alta	16 a 20	11	7,19%
Total		153	100%

Nota: Resultados del SPSS

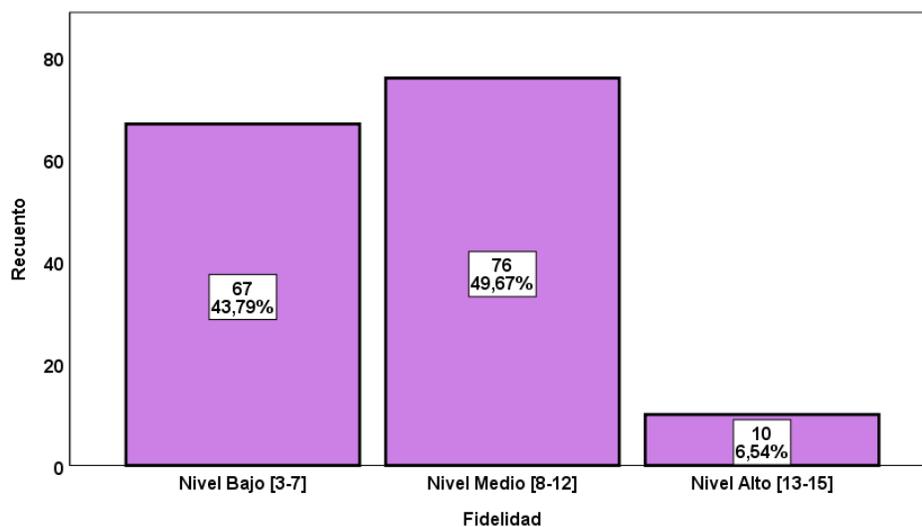
**Figura 15***Dimensión 3- Variable 2 – Satisfacción**Nota:* Resultados del SPSS

En la figura 15, se muestra que el 39.87% de los clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo, tienen un nivel bajo, el 52.94% un nivel medio y el 7.19% un nivel alto.

**Tabla 9***Dimensión 4 - Variable 2: Fidelidad*

Niveles	Baremo	frecuencia	porcentaje
Baja	3 a 7	67	43,79%
Media	8 a 12	76	49,67%
Alta	13 a 15	10	6,54%
Total		153	100%

*Nota:* Resultados del SPSS

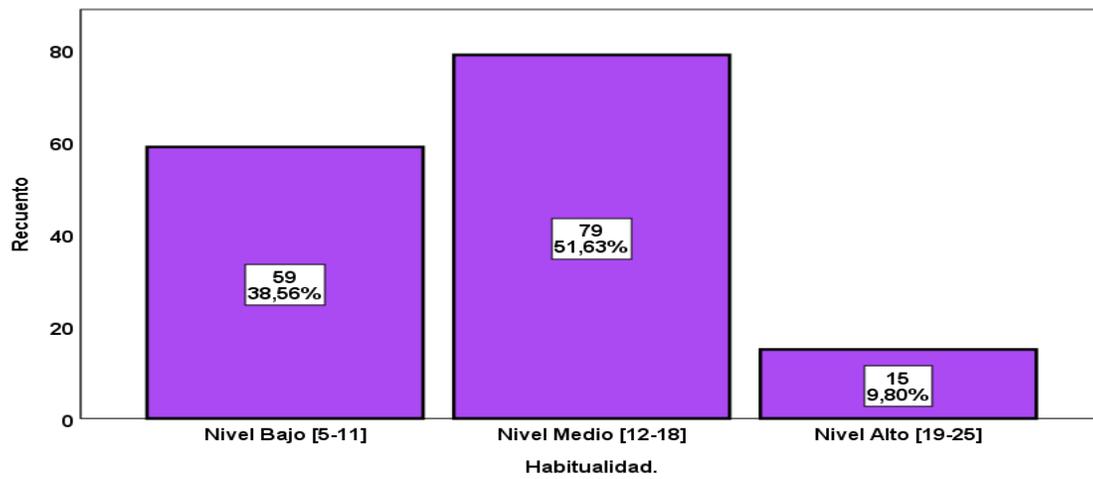
**Figura 16***Dimensión 4- Variable 2 – Fidelidad**Nota:* Resultados del SPSS

En la figura 16, se muestra que el 43.79% de los clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo, tienen un nivel bajo, el 49.67% un nivel medio y el 6.54% un nivel alto.

**Tabla 10***Dimensión 5 - Variable 2: Habitualidad*

Niveles	Baremo	frecuencia	porcentaje
Baja	5 a 11	59	38,56%
Media	12 a 18	79	51,63%
Alta	19 a 25	15	9,80%
Total		153	100%

*Nota:* Resultados del SPSS

**Figura 17***Dimensión 5- Variable 2 – Habitualidad*

*Nota:* Resultados del SPSS

En la figura 17, se muestra que el 38.56% de los clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo, tienen un nivel bajo, el 51.63% un nivel medio y el 9.80% un nivel alto.

### 5.1.1. Prueba de Normalidad - Estadística Inferencial

#### Prueba de Normalidad de datos:

**Hipótesis nula:** Los datos de la variable calidad de servicio de dispensación y de la variable fidelización siguen una distribución normal.

**Hipótesis alterna:** Los datos de la variable calidad de servicio de dispensación y de la variable fidelización no siguen una distribución normal.

**Prueba estadística:** Prueba de Komogorov-Smirnov ( $n > 30$ )

**Tabla 11**

*Prueba de Normalidad - Estadística Inferencial*

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de servicio de dispensación	,193	153	,000	,873	153	,000
Fidelización	,171	153	,000	,895	153	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors  
 Nota: Resultados del SPSS

#### Conclusión:

Con un p- valor  $< 0.05$  en la calidad de servicio de dispensación, podemos afirmar que los datos de esta variable no siguen una distribución normal. Sin embargo; también se aprecia que la variable fidelización (p-valor  $< 0.05$ ) no sigue una distribución normal. Por lo tanto, se ha utilizado una prueba no paramétrica.

### 5.2 Contrastación de hipótesis

En este apartado, se utilizó el estadígrafo Rho de Spearman, por ser un estudio de nivel correlacional y la escala de medición ordinal (Hernández & Mendoza, 2018).

**Tabla 12***Coefficiente de correlación.*

Tipo de relación (r)	Rango	Relación	Significancia
r es 1 Relación directa (positiva)	(+0.10 a +0.24)	Correlación positiva muy débil	Significativa (valor $p < 0.0$ )  Altamente significativa (valor $p < 0.01$ )
	(+0.25 a +0.49)	Correlación positiva débil	
	(+0.50 a +0.74)	Correlación positiva media	
	(+0.75 a +0.89)	Correlación positiva fuerte	
	(+0.90 a +0.99)	Correlación positiva muy fuerte	
	(+1)	Correlación positiva perfecta	
r es 1 Relación inversa (negativa)	(-0.10 a -0.24)	Correlación negativa muy débil	No significativa (valor $p > 0.05$ )
	(-0.25 a -0.49)	Correlación negativa débil	
	(-0.50 a -0.74)	Correlación negativa media	
	(-0.75 a -0.89)	Correlación negativa fuerte	
	(-0.90 a -0.99)	Correlación negativa muy fuerte	
	(-1)	Correlación negativa perfecta	

*Nota.* La tabla, muestra los índices de correlación, y el nivel de significancia de los resultados.  
Fuente: Elaboración de los tesis, basada en (Hernández & Mendoza, 2018), p. 346.

### ***5.2.1. Contratación de la Hipótesis General***

#### **Prueba de Hipótesis general:**

**Hipótesis nula:** No Existe relación directa entre calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo.

**Hipótesis alterna:** Existe relación directa entre calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo.

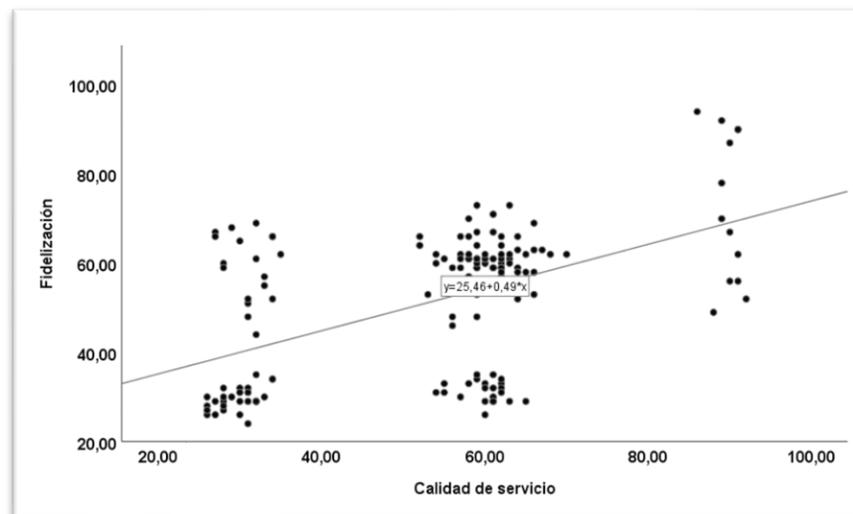
**Prueba estadística:** Rho de Spearman.

**Tabla 13***Correlación entre calidad de servicio de dispensación y fidelización*

		<b>Correlaciones</b>	
		Calidad de servicio de dispensación	Fidelización
Rho de Spearman	Calidad de servicio de dispensación	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,419**
		N	153
	Fidelización	Coeficiente de correlación	,419**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	153

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

*Nota.* De software - SPSS 26.

**Figura 18***Diagrama de dispersión entre calidad de servicio de dispensación y fidelización*

*Nota.* De software - SPSS 26.

### **Determinación del nivel de significancia y regla de decisión**

Nivel de significancia de ( $\alpha = 0.05$ ).

- Si  $p > \alpha$ : Se acepta la  $H_0$ ;

- Si  $p \leq \alpha$ : Se rechaza la H0

### Interpretación:

Como se puede observar en la tabla 7, el índice de correlación Rho de Spearman, indica que existe una correlación positiva débil, entre calidad de servicio de dispensación y fidelización; respaldado por un ( $r = 0.419$ ; y un p valor de 0.000); motivo por el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis general).

#### 5.2.1. Contrastación de la Hipótesis específica 1

**Hipótesis nula:** No Existe relación directa entre proceso de dispensación y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo.

**Hipótesis alterna:** Existe relación directa entre proceso de dispensación y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo.

**Prueba estadística:** Rho de Spearman.

**Tabla 14**

*Correlación entre proceso de dispensación y fidelización*

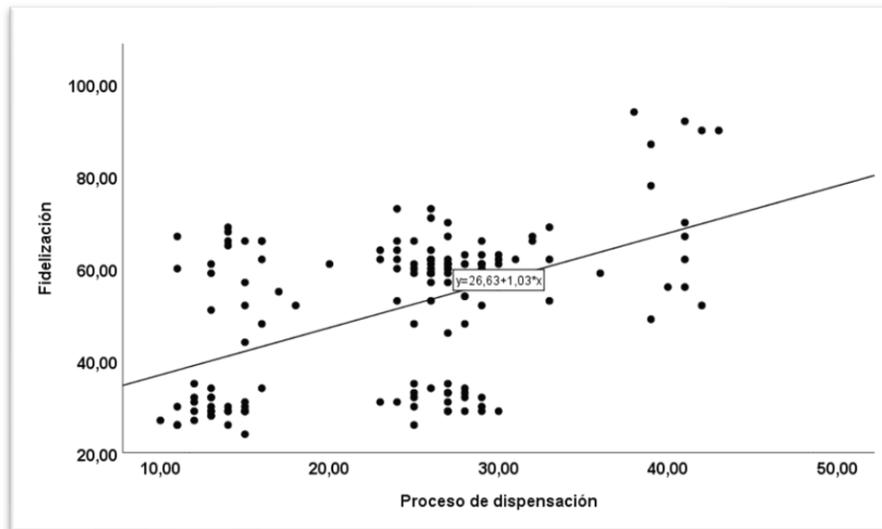
		<b>Correlaciones</b>	
			Proceso de dispensación      Fidelización
Rho de Spearman	Proceso de dispensación	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,397**
		N	153
	Fidelización	Coeficiente de correlación	,397**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	153

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

*Nota.* De software - SPSS 26.

**Figura 19**

*Diagrama de dispersión entre formulación estratégica y la competitividad empresarial*



Nota. De software - SPSS 26.

### **Determinación del nivel de significancia y regla de decisión**

Nivel de significancia de ( $\alpha = 0.05$ ).

- Si  $p > \alpha$ : Se acepta la  $H_0$ ;
- Si  $p \leq \alpha$ : Se rechaza la  $H_0$

### **Interpretación:**

Como se puede observar en la tabla 8, el índice de correlación Rho de Spearman, indica que existe una correlación positiva débil, entre proceso de dispensación y fidelización; respaldado por un ( $r = 0.397$ ; y un p valor de 0.000); motivo por el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis específica 1).

### 5.2.1. Contratación de la Hipótesis específica 02

**Hipótesis nula:** No Existe relación directa entre entorno para el servicio de dispensación y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo.

**Hipótesis alterna:** Existe relación directa entre entorno para el servicio de dispensación y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo.

**Prueba estadística:** Rho de Spearman.

**Tabla 15**

*Correlación entre entorno para el servicio de dispensación y fidelización*

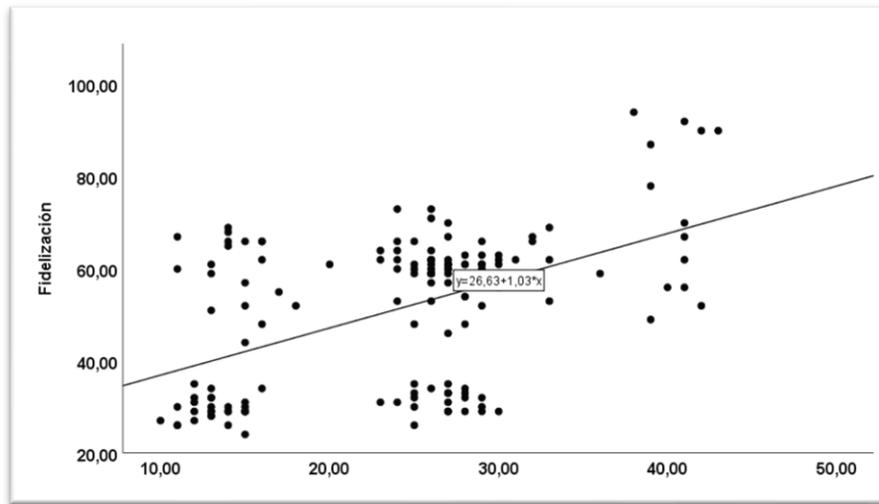
		<b>Correlaciones</b>	
		Entorno para el servicio de dispensación	
		Fidelización	N
Rho de Spearman	Entorno para el servicio de dispensación	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,383**
		N	153
	Fidelización	Coeficiente de correlación	,383**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	153

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

*Nota.* De software - SPSS 26.

**Figura 20**

*Diagrama de dispersión entre entorno para el servicio de dispensación y fidelización*



*Nota.* De software - SPSS 26.

### **Determinación del nivel de significancia y regla de decisión**

Nivel de significancia de ( $\alpha = 0.05$ ).

- Si  $p > \alpha$ : Se acepta la  $H_0$ ;
- Si  $p \leq \alpha$ : Se rechaza la  $H_0$

### **Interpretación:**

Como se puede observar en la Tabla 9, el índice de correlación Rho de Spearman, indica que existe una correlación positiva débil, entre entorno para el servicio de dispensación y fidelización; respaldado por un ( $r = 0.383$ ; y un  $p$  valor de 0.000); motivo por el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis específica 02).

### 5.2.1. Contratación de la Hipótesis Específica 03

**Hipótesis nula:** No Existe relación directa entre personal y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo.

**Hipótesis alterna:** Existe relación directa entre personal y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo.

**Prueba estadística:** Rho de Spearman.

**Tabla 16**

*Correlación entre personal y fidelización*

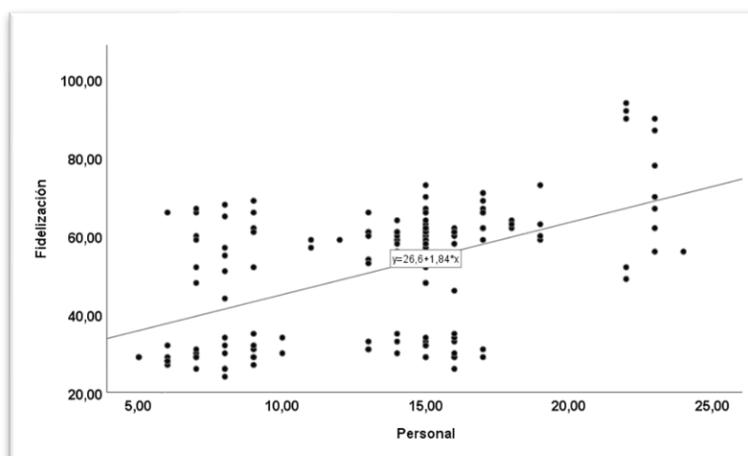
		<b>Correlaciones</b>	
		Personal	Fidelización
Rho de Spearman	Personal	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	153
	Fidelización	Coeficiente de correlación	,449**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	153

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

*Nota.* De software - SPSS 26.

**Figura 21**

*Diagrama de dispersión entre personal y fidelización*



*Nota.* De software - SPSS 26.

**Determinación del nivel de significancia y regla de decisión**

Nivel de significancia de ( $\alpha = 0.05$ ).

- Si  $p > \alpha$ : Se acepta la  $H_0$ ;
- Si  $p \leq \alpha$ : Se rechaza la  $H_0$

**Interpretación:**

Como se puede observar en la Tabla 10, el índice de correlación Rho de Spearman, indica que existe una correlación positiva débil, entre personal y fidelización; respaldado por un ( $r = 0.449$ ; y un p valor de 0.000); motivo por el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis específica 03).

## ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

### Discusión sobre el objetivo general

En la presente investigación, al “Establecer la relación que existe entre calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo”. Se pudo encontrar el índice de correlación Rho de Spearman, dónde indica que existe una correlación positiva débil, entre calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización; respaldado por un  $(r = 0.419)$ ; y un p valor de 0.000). Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Este resultado guarda relación con la investigación realizado por **Vidal, (2020)** respecto a la elaboración de un plan de implementación, control como por ejemplo: un mapa de proceso, normativa interna, cuadro de mando, todo lo mencionado basado de las buenas prácticas de dispensación, con el objetivo de maximizar el servicio de calidad de la organización y por consiguiente englobar en la fidelización, todo ello debe ser implementado por el gerente de tienda, de la misma manera la creación de un puesto clave como: gestor de calidad, cuya función sería de la elaboración, difusión de del manual de buenas prácticas realizando las siguientes estrategias: capacitaciones, control y cumplimiento de todos los colaboradores (mejora continua), respecto a la variable fidelización las estrategias serían de parte de la supervisión zonal del área de ventas como por ejemplo en la estrategia el monedero del ahorro, cuyo objetivo es la asociación del número de compras repetitivas con los descuentos con el fin de promover la fidelización, de la misma manera **Irureta y Paucar, (2022)**, refiere respecto a la relación entre las variables calidad de servicio y fidelización, sobre todo cuando nos referimos a la calidad de servicio como indicador esencial para lograr evidenciar el éxito de cualquier empresa, mediante una mejora continua de desempeño, conllevaría a la fidelización de los clientes plasmado en la recompra, retención. Referente a las dimensiones

proceso, entorno, personal y fidelización, se recomienda a todo el personal de la mencionada botica continúe capacitándose adecuadamente, asertivamente en la dispensación de medicamentos.

### **Discusión sobre el objetivo específico 1**

En la presente investigación, al “Establecer la relación que existe entre proceso de dispensación y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo”. Se pudo encontrar el índice de correlación Rho de Spearman, dónde indica que existe una correlación positiva débil, entre la dimensión proceso de dispensación y fidelización; respaldado por un  $(r = 0.397)$ ; y un p valor de 0.000). Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Este resultado guarda relación con la investigación realizado por **Rodríguez, (2021)** sobre la importancia de la calidad de servicio o atención, se basa en la necesidad que necesita un paciente y la respuesta inmediata de parte del personal demostrando eficiencia, eficacia, equidad sobre todo este último concepto porque es brindar más atención al paciente o usuario quien más necesita, por ejemplo, el tiempo de espera es un punto clave de la calidad de servicio evitando las largas colas, una gestión adecuada e idónea es el secreto para una coordinación entre colaboradores y usuarios todo ello es posible con constantes capacitaciones, programas para una mejora continua, otro indicador muy importante es dar importancia a la productividad de los colaboradores para ello es necesario detectar factores de riesgo como por ejemplo el desempeño, satisfacción, clima laboral, para ello es relevante la mejora continua de los procesos y las sugerencias de los usuarios respecto de la atención que se les presta, mediante el desarrollo de un modelo de gestión de calidad para minimizar gastos, sobre todo en cambiar, innovar la atención al usuario.

## **Discusión sobre el objetivo específico 2**

En la presente investigación, al “Establecer la relación que existe entre entorno para el servicio de dispensación y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo”. Se pudo encontrar el índice de correlación Rho de Spearman, dónde indica que existe una correlación positiva débil, entre la dimensión entorno para el servicio de dispensación y fidelización; respaldado por un  $(r = 0. ,383;$  y un p valor de 0.000). Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Este resultado guarda relación con la investigación realizado por **Alcedo, (2021)** refiere a prestar atención a los espacios (almacén), tratar de ocupar todos los espacios libres para una mejor distribución, la importancia de las capacitaciones a todos los colaboradores del área de farmacia sobre el manual de dispensación con el objetivo de mejorar el servicio de calidad, de la misma manera brindar un valor agregado hacía los usuarios por parte de los colaboradores de dispensación de medicamentos respecto a todos los protocolos de bioseguridad con el cumplimiento de una adecuada atención en consultas y requerimientos, de la misma manera **Guananga, (2022)** menciona de la implementación de un sistema de dispensación de medicamentos por dosis unitaria, con sus siglas SDMDU, con el objetivo de maximizar todos los recursos del centro hospitalario para beneficio de los pacientes, tener un control de calidad en la logística de los medicamentos (stock), para minimizar gastos en pérdidas, deterioro, caducidad, falta y sobre stock, constantes capacitaciones al personal de salud antiguo y de la misma manera al nuevo personal, basados en el sistema de dispensación de medicamentos por dosis unitaria porque la falta de supervisión, mejora continua conllevaría el incumplimiento y se repetirían las falencias antes mencionadas.

### **Discusión sobre el objetivo específico 3**

En la presente investigación, al “Establecer la relación que existe entre personal y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo”. Se pudo encontrar el índice de correlación Rho de Spearman, dónde indica que existe una correlación positiva débil, entre la dimensión personal y fidelización; respaldado por un  $(r = 0.449)$ ; y un p valor de 0.000). Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Este resultado guarda relación con la investigación realizado por **Burgos, (2022b)** dónde refiere que todas las autoridades competentes desarrollen la implementación de talleres en todas las áreas de la organización sobre motivación, clima organizacional, para mejorar sus competencias, capacidades y desempeños de todos los colaboradores, indicadores que son claves y muy significativos en la variable calidad de servicio conllevando su idónea aplicación en la satisfacción de los usuarios de la misma manera el interés, compromiso de los clientes internos (colaboradores), de la misma manera **De Tomas, (2018)** en su investigación menciona que toda la responsabilidad de mejora continua en la institución radica de parte de los funcionarios, jefes por ejemplo con estrategia de mejora como las supervisiones inopinadas para controlar, evaluar el cumplimiento, al igual se propone en la investigación dar a conocer o difundir los procedimientos de adquisición de medicamentos porque al desconocer conlleva a un nivel alto de estrés para todo el personal de dicha área, de la misma manera a todo el personal del área de farmacia evidenciando una alarma crítica la dimensión empatía con el usuario conllevando una mejora y cambio inmediato en el área de gestión de personal, de la misma manera **Cevallos, (2022)** refiere sobre la importancia, relevancia del profesional farmacéutico para toda institución, empresa encargada al servicio de la salud, primero dando a conocer en un lugar visible y con pleno conocimiento de todos los colaboradores y usuarios en general las funciones del farmacéutico, e incluso dentro de

las directrices en Ecuador y ente responsable de la salud considerar al profesional farmacéutico al Modelo de Atención Integral de Salud, para concientizar al ministerio de salud de Ecuador, los gremios que el profesional farmacéutico es muy importante en el sistema de salud, finalmente **Román et al., (2020)** menciona el concepto de la deontología médica, sobre todo en el sector de salud que se basa en principios, reglas, normas, valores y todas ellas basadas en la ética que son las bases principales de una conducta profesional, para superar los conflictos éticos en temas de dispensación como en las prescripciones, pugnas de interés, se resuelven mediante la ética profesional, deontología, para la toma de decisiones asertivas, para ello la institución y/o empresa debe de programar charlas, capacitaciones sobre todo la formación profesional basado en el perfil, competencias, capacidades, para asegurar la garantía de atención del paciente y tratarlo como persona, ser humano para ello no es solo el trabajo de los profesionales de la salud (farmacéuticos) es un trabajo en conjunto ahí debe hacerse presente el estado por medio de las políticas públicas educativas.

## CONCLUSIONES

El desarrollo de la presente investigación nos permite llegar a las siguientes conclusiones:

1. En la presente investigación, al “Establecer la relación que existe entre calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo”. Se pudo encontrar “el índice de correlación Rho de Spearman, dónde indica que existe una correlación positiva débil, entre calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización; respaldado por un ( $r = 0.419$ ; y un p valor de 0.000)”. “Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna”.

2. En la presente investigación, al “Establecer la relación que existe entre proceso de dispensación y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo”. Se pudo encontrar “el índice de correlación Rho de Spearman, dónde indica que existe una correlación positiva débil, entre la dimensión proceso de dispensación y fidelización; respaldado por un ( $r = 0.397$ ; y un p valor de 0.000)”. “Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna”.

3. En la presente investigación, al “Establecer la relación que existe entre entorno para el servicio de dispensación y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo”. Se pudo encontrar “el índice de correlación Rho de Spearman, dónde indica que existe una correlación positiva débil, entre la dimensión entorno para el servicio de dispensación y fidelización; respaldado por un ( $r = 0.383$ ; y un p valor de 0.000)”. “Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna”.

4. En la presente investigación, al “Establecer la relación que existe entre personal y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo”. Se pudo

encontrar “el índice de correlación Rho de Spearman, dónde indica que existe una correlación positiva débil, entre la dimensión personal y fidelización; respaldado por un  $(r = 0. ,449;$  y un p valor de 0.000)”. “Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna”.

## RECOMENDACIONES

El desarrollo del presente trabajo de investigación permite dejar las siguientes recomendaciones.

1. Respecto a la conclusión general, cuándo nos referimos a la variable Calidad de servicio de dispensación se refiere que más del 50% de los clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo, tienen un nivel medio y 30% nivel bajo respectivamente porque ahí parte el factor humano (químicos farmacéuticos), no brindar la información pertinente e idónea al paciente o usuario por ello se recomienda a la administración de botica capacitaciones a todo su personal, respectivamente evaluaciones y supervisión sobre el cumplimiento del manual de buenas prácticas de dispensación emitido por el MINSA, para el cumplimiento de garantizar a toda la población de la provincia de Satipo a una oportunidad de brindarles productos médicos de calidad, sobre todo otorgarles una información idónea, sencilla, clara sobre el uso adecuado, se pueda evitar o prever e incluso corregir errores fortuitos que se puedan presentar. En resumen, concientizar a todos los colaboradores de la botica Luzmedic de la Provincia de Satipo, sobre las buenas prácticas de dispensación (educación y cultura), de la misma manera la utilización justa de una dosificación de medicamentos.

2. Respecto a la conclusión específica 1, cuándo nos referimos a la dimensión proceso de dispensación se refiere más del 50% de los clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo, tienen un nivel medio y 31.37% nivel bajo respectivamente porque en muchas boticas de la Provincia de Satipo no piden la receta y si lo hacen lo revisan ni validan el contenido de la receta solo no ofrecen sus medicamentos en algunas oportunidades de malas calidad o de procedencia dudosa, por ello se recomienda al administrador de la botica Luzmedic, contratar a un químico farmacéutico capacitado para la atención de calidad, cumpliendo todo

el proceso de dispensación es decir partiendo de la recepción de la receta, culminado en la entrega de los medicamentos con receta y en algunos casos sin receta, tomando en cuenta aportaciones a los clientes o pacientes de un procedimiento de prevención, detección y mitigación de riesgos y/o fallas en el proceso de sus cinco aspectos como: recepción, validación, análisis e interpretación de la prescripción, de ahí realizar la preparación, selección de entrega de los productos para sus registros correspondientes y finalizar en la entrega e información final de parte del dispensador.

3. Respecto a la conclusión específica 2, cuándo nos referimos a la dimensión entorno para servicio de dispensación, se refiere más del 50% de los clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo, tienen un nivel medio y 33.33% nivel bajo respectivamente porque se evidencia en el contexto de la selva central, el clima es un factor que afecta directamente a los medicamentos, por ello se recomienda al administrador de botica Luzmedic, contar con equipos de almacenamiento en condiciones óptimas de dispensación en lo que se refiere en la temperatura, humedad, de la misma manera tener limpio los equipos, estantes materiales, realizar supervisión periódicas mensualmente para brindar una calidad de servicio y de los productos mediante un sistema de rotación de existencias para estar alertar en caso pueda suceder vencimiento de los medicamentos.

Realizar un plan de mantenimiento de equipos y sobre todo tener alejado alimentos cerca de ellos, por ejemplo, en el contexto de la provincia de Satipo, el hecho que suceda un derrame de algún líquido dulce conllevaría la aparición masiva de insectos se plantea incluir al plan un cronograma de actividades de limpieza, mantenimiento y descongelación de la refrigeradora (medicamentos con conservación con bajas temperaturas).

4. Respecto a la conclusión específica 3, cuándo nos referimos a la dimensión personal, se refiere más del 50% de los clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo, tienen un

nivel medio y 31.37% nivel bajo respectivamente porque la mayoría de farmacias, boticas, no invierten en la presentación o estética de sus establecimientos (vitrinas, anaqueles), lo enfocan como un gasto innecesario, la recomendación es al administrador que todo colaborador en especial en este rubro de la dispensación de medicamentos (químico farmacéutico), se encuentre bien identificado, con una presentación pulcra, en el vestir y de manera personal.

De la misma manera es el responsable junto con la administradora del establecimiento en la capacitación continua del personal auxiliar sobre todo en temas de ética profesional, basado en los usuarios o pacientes y entre colaboradores, recordando algo importantes que sólo su función del personal técnico es expender medicamentos con receta médica porque la dispensación de los productos médicos prescritos es responsabilidad solo del químico farmacéutico.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alcaide, J. (2010). *Fidelización de Clientes*. Eric.
- Alcedo, B. (2021). *Calidad de servicio en dispensación de medicamentos y fidelización de la farmacia Ebonyfarma en los usuarios de Chimbote, 2021* [Universidad César Vallejo - Escuela de Posgrado].  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/72202/Alcedo\\_DB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/72202/Alcedo_DB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Alva, G. (2017). *Boticas VS farmacias ¿Quiénes fidelizan más a sus clientes?* El Comercio.  
<http://suplementos.ec.pe/suplementos/comercial/medicina-salud/boticas-vs-farmacias-quienes-fidelizan-mas-sus-clientes-1002881>
- Barahona, P. (2014). *La fidelización del cliente y sus elementos*.  
[http://www.adrformacion.com/articulos/marketing/la\\_fidelizacion\\_del\\_cliente%0A\\_y\\_sus\\_elementos\\_/articulo1272.html%0D](http://www.adrformacion.com/articulos/marketing/la_fidelizacion_del_cliente%0A_y_sus_elementos_/articulo1272.html%0D)
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. PEARSON.
- Bernal, César. (2016). *Metodología de la investigación* (PEARSON). PEARSON.
- Burgos, R. (2022a). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del Centro de Atención al Ciudadano de una Municipalidad de Cajamarca, 2022* [Universidad César Vallejo Escuela de Posgrado]. file:///E:/EMPRESA/EMPRESA/GRUPO 12 TANIA - MARIL/MODELO/PRINCIPAL.pdf
- Burgos, R. (2022b). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del Centro de Atención al Ciudadano de una Municipalidad de Cajamarca, 2022* [Universidad César Vallejo]. file:///E:/EMPRESA/EMPRESA/GRUPO 10 ADA-

JANY/MODELOS/Burgos\_ARE-SD.pdf

Carrión, F. (2008). *Fidelización un paso más allá de la retención*. Graw Hill.

Cevallos, A. (2022). *Análisis de la función del farmacéutico en el sistema de atención de salud y la realidad ecuatoriana* [Universidad Central del Ecuador].

[http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/27712/1/UCE-FCQ-CQF-CEVALLOS\\_ARIEL.pdf](http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/27712/1/UCE-FCQ-CQF-CEVALLOS_ARIEL.pdf)

De Tomas, J. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la distribución de productos farmacéuticos del Hospital 2 de Mayo, 2017* [Universidad César Vallejo -

Escuela de Posgrado]. file:///E:/EMPRESA/EMPRESA/GRUPO 12 TANIA - MARIL/MODELO/De Tomas\_HJF.pdf

DIGEMID. (2009). *Manual de buenas prácticas de dispensación*. Ministerio de Salud

DIGEMID. file:///E:/EMPRESA/EMPRESA/GRUPO 12 TANIA - MARIL/MODELO/1022\_DIGEMID58.pdf

DIRESA. (2022). *13 boticas y farmacias de la merced fueron cerradas temporalmente por personal de DIRESA Junín*. Dirección Regional de Junín.

[http://www.diresajunin.gob.pe/noticia/id/2022101417\\_13\\_boticas\\_y\\_farmacias\\_de\\_la\\_merced\\_fueron\\_cerradas\\_temporalmente\\_por\\_personal\\_de\\_diresa\\_junn/](http://www.diresajunin.gob.pe/noticia/id/2022101417_13_boticas_y_farmacias_de_la_merced_fueron_cerradas_temporalmente_por_personal_de_diresa_junn/)

García. (2015). *Desarrollo e Implementación de un sistema de captación y fidelización de clientes en un entorno web*.

Guananga, M. (2022). *Implementación del sistema de dispensación de medicamentos por dosis unitaria en el Hospital Geriátrico Dr. Bolívar Arguello de Riobamba* [Escuela Superior Politécnica De Chimborazo].

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/17393/1/56T01098.pdf>

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas*

- cuantitativa, cualitativa y mixta.* (Mc Graw Hill (ed.)). Mc Graw Hill.
- Hernández, Roberto, & Mendoza, C. (2018a). *Metodología de la investigación: las tres rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* Mc Graw Hill.
- Hernández, Roberto, & Mendoza, C. P. (2018b). Metodología de la investigación: las tres rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. In *Mc Graw Hill* (Vol. 1, Issue Mexico).
- INEI. (2022). *Instituto Nacional de Estadística e Informática.* INEI.  
<https://www.gob.pe/inei/>
- Irureta, S., & Paucar, J. (2022). *Relación entre la calidad de servicio en dispensación y fidelización de los usuarios de la Botica F&C Farma, Collique – Comas, 2022* [Universidad Roosevelt].  
[https://repositorio.uroosevelt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14140/1163/TESIS IRURETA - PAUCAR.pdf?isAllowed=y&sequence=1](https://repositorio.uroosevelt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14140/1163/TESIS_IRURETA - PAUCAR.pdf?isAllowed=y&sequence=1)
- Ishak, F., & Ghani, A. (2013). Una revisión de la literatura sobre lealtad a la marca y la lealtad del cliente. *Jornadas de Investigación En Gestión Empresarial.*
- Kaura, V., Prasad, C., & Sharma, S. (2015). Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing, 33*, 404–422.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing* (Pearson Education (ed.); 16<sup>o</sup> Ed). Pearson Education.
- Kumar, R., & Srivastava, M. (2013). Los antecedentes de la fidelización de clientes: Una investigación empírica en el contexto del seguro de vida. *Revista de Competitividad, 5*, 139–163.
- Lacey, R., Suh, J., & Morgain, R. (2007). Efectos diferenciales del trato preferencial niveles en los resultados relacionales. *Revista de Investigación de Servicios, 3*, 241–

256.

León, G. (2020). Estudio de patrones de prescripción y dispensación de medicamentos a pacientes ambulatorios de cuatro IPS del municipio de Villavicencio. *Revista Colombiana de Ciencias Químico - Farmacéuticas*, 49.

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-)

74182020000100199

Mártinez, R. (2020). *El secreto detrás de una tesis*. CREA IMAGEN SAC.

Mártinez, Rosario. (2020). *El secreto detrás de una tesis*. Imagen SAC.

MINSA. (2017). *Manual de buenas prácticas de dispensación*. Ministerio de Salud.

Navarro, E. (2010). *Marketing relacional, futuro relacional*. Limusa.

Ofcom. (2017). *Comparing service quality*. UK: Ofcom.

Ojo, O. (2010). La relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la industria de las telecomunicaciones: evidencia de Nigeria. *Brand Research in Accounting. Negotiation and Distribution*, 1, 88–100.

Redacción EC. (2021). *Minsa y OPS recomiendan evitar uso irracional de antibióticos en casos de COVID-19*. Diario El Comercio. <https://elcomercio.pe/lima/minsa-y-ops-recomiendan-evitar-uso-irracional-de-antibioticos-en-casos-de-covid-19-pandemia-nndc-noticia/?ref=ecr>

Redacción RPP. (2022). *Ipsos: medicamentos en Perú son 66% más baratos que otros siete países*. RPP - Noticias. <https://rpp.pe/economia/economia/ipsos-medicamentos-en-peru-son-66-mas-baratos-que-otros-siete-paises-noticia-1417741?ref=rpp>

Rodríguez, A. (2021). *Evaluación de la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios de la farmacia institucional del Hospital Teófilo Dávila de la Ciudad De Machala* [Universidad Católica De Santiago De Guayaquil Sistema De Posgrado].

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15918/1/T-UCSG-POS-MGSS-293.pdf>

- Román, C., Urgilez, P., & Andrade, D. (2020). Consideraciones éticas en la dispensación de medicamentos en farmacias de Ecuador. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*, 19. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1729-519X2020000600015](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-519X2020000600015)
- Valderrama, S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica. Cuantitativa, cualitativa y mixta*. Universidad de San Marcos.
- Vidal, M. (2020). *Calidad de servicio respecto al manual de buenas prácticas en dispensación y fidelización de Mi Farma – Huaraz, 2020* [Universidad César Vallejo - Escuela de Posgrado]. [file:///E:/EMPRESA/EMPRESA/GRUPO 12 TANIA - MARIL/MODELO/Vidal\\_BM-SD.pdf](file:///E:/EMPRESA/EMPRESA/GRUPO%2012%20TANIA%20-%20MARIL/MODELO/Vidal_BM-SD.pdf)
- Villegas, L., Marroquín, R., Del Castillo, V., & Sánchez, R. (2019). *Teoría y praxis de la investigación científica; tesis de maestría y doctorado*. Universidad de San Marcos.
- Zeithaml, V. (2014). *Marketing de servicios*. : McGraw-Hill.

## **ANEXOS**

1. Matriz de consistencia
2. Matriz de operacionalización de variables
3. Matriz de construcción del instrumento
4. Instrumento de investigación
5. Confiabilidad y validez del instrumento
6. Data de procesamiento de datos
7. Consentimiento / asentimiento informado
8. Fotos de la aplicación del instrumento

## 1. Matriz de consistencia.

### Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo .

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
¿Qué relación existe entre calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo?	Establecer la relación que existe entre calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo.	Existe relación directa entre calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo.	<b>Variable 1</b> Calidad de servicio	A <sub>1</sub> = Proceso de dispensación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recepción y validación de la prescripción</li> <li>- Análisis e interpretación de la prescripción.</li> <li>- Preparación y selección de los productos.</li> <li>- Registros.</li> <li>- Entrega de los productos e información.</li> </ul>	<b>Métodos de investigación</b>  <b>Método universal</b> Método científico <b>Métodos generales:</b> Método hipotético deductivo  <b>Diseño</b> Descriptivo correlacional – no experimental - transversal <b>Tipo de investigación</b> Básica <b>Nivel de investigación</b> Relacional <b>Enfoque de la investigación</b> Cuantitativo-cualitativo  <b>Población:</b> Clientes de la BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo (256 clientes – mes bajo o mínimo)  <b>Muestra</b> Conformada por 153 clientes de la BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo  <b>Técnica de recolección de datos</b> Encuesta <b>Instrumento</b> Cuestionario <b>Técnica de análisis y procesamiento de datos:</b> Estadística básica Estadística inferencial.
<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b>		A <sub>2</sub> = Entorno para el servicio de dispensación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ambiente físico</li> <li>- Estanterías y superficies utilizadas.</li> <li>- Equipo y materiales de envasado</li> </ul>	
¿Qué relación existe entre proceso de dispensación y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo?	Establecer la relación que existe entre proceso de dispensación y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo.	Existe relación directa entre proceso de dispensación y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo.		A <sub>3</sub> = Personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apariencia</li> <li>- Disponibilidad</li> <li>- Fiabilidad</li> <li>- Comportamiento</li> </ul>	
¿Qué relación existe entre entorno para el servicio de dispensación y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo?	Establecer la relación que existe entre entorno para el servicio de dispensación y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo.	Existe relación directa entre entorno para el servicio de dispensación y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo.	<b>Variable 2</b> Fidelización	A <sub>1</sub> = Diferenciación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Distinción.</li> <li>- Valoración.</li> <li>- Proporcionalidad.</li> <li>- Equidad</li> </ul>	
¿Qué relación existe entre personal y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo?	Establecer la relación que existe entre personal y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo.	Existe relación directa entre personal y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo.		A <sub>2</sub> = Personalización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocimiento.</li> <li>- Identificación.</li> <li>- Adaptación.</li> </ul>	
				S <sub>3</sub> = Satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Expectativas.</li> <li>- Percepción.</li> <li>- Capacidad de respuesta</li> </ul>	
				S <sub>4</sub> = Fidelidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compromiso.</li> <li>- Cumplimiento.</li> </ul>	
				S <sub>5</sub> = Habitualidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Repetición.</li> <li>- Frecuencia.</li> <li>- Duración.</li> <li>- Antigüedad.</li> <li>- Volumen.</li> </ul>	

## 2. Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>Variable Asociada</b>  Calidad de servicio	La calidad de servicio en el sector salud específicamente en las farmacias o también conocidas como droguerías, para definir el concepto de calidad de servicio de dispensación de medicamentos nos vamos a centrar en el manual de buenas prácticas de dispensación, en la cual se menciona la manera de implementar los mejores estándares de calidad de servicio, para todos los clientes que asisten a una farmacia a nivel nacional (MINSA, 2017).	La variable motivación laboral, será medida por un cuestionario con alternativas de escala tipo Likert.	A <sub>1</sub> = Proceso de dispensación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recepción y validación de la prescripción.</li> <li>- Análisis e interpretación de la prescripción.</li> <li>- Preparación y selección de los productos.</li> <li>- Registros.</li> <li>- Entrega de los productos e información.</li> </ul>	Ordinal (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
			A <sub>2</sub> = Entorno para el servicio de dispensación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ambiente físico y superficies utilizadas.</li> <li>- Equipo y materiales de envasado</li> </ul>	
			A <sub>3</sub> = Personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apariencia</li> <li>- Disponibilidad</li> <li>- Fiabilidad</li> <li>- Comportamiento</li> </ul>	
<b>Variable de supervisión</b>  Fidelización	La fidelización de los clientes es la encargada de reclutar clientes con el objetivo de realizar relaciones comerciales duraderas, continuas y sostenibles a largo plazo, evidenciando sentimiento positivo, la fidelización de clientes o usuarios está conformado por cuatro dimensiones: diferenciación, personalización, satisfacción, fidelidad, habitualidad (Barahona, 2014).	La variable productividad laboral, será medida por un cuestionario con alternativas de escala tipo Likert.	A <sub>1</sub> = Diferenciación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Distinción.</li> <li>- Valoración.</li> <li>- Proporcionalidad.</li> <li>- Equidad.</li> </ul>	Ordinal (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
			A <sub>2</sub> = Personalización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocimiento.</li> <li>- Identificación.</li> <li>- Adaptación</li> </ul>	
			S <sub>3</sub> = Satisfacción.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Expectativas.</li> <li>- Percepción.</li> <li>- Capacidad de respuesta.</li> </ul>	
			S <sub>4</sub> = Fidelidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compromiso.</li> <li>- Cumplimiento</li> </ul>	
			S <sub>5</sub> = Habitualidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Repetición.</li> <li>- Frecuencia.</li> <li>- Duración.</li> <li>- Antigüedad.</li> <li>- Volumen</li> </ul>	

### 3. Matriz de construcción del instrumento

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	
<b>Variable 1:</b>  Calidad de servicio	Proceso de dispensación	Recepción y validación de la prescripción	1. El farmacéutico de BOTICA LUZMEDIC le solicita siempre su receta para el inicio del servicio 2. El farmacéutico de BOTICA LUZMEDIC revisa y valida los datos de la receta como el profesional que expide, los medicamentos y el paciente	
		Análisis e interpretación de la prescripción	3. El farmacéutico de BOTICA LUZMEDIC conoce la información otorgada por sus recetas 4. El farmacéutico de BOTICA LUZMEDIC le brinda diferentes opciones sobre los medicamentos de su receta	
		Preparación y selección de los productos	5. Antes de entregar los medicamentos, el farmacéutico de BOTICA LUZMEDIC comprueba que tengan un aspecto adecuado	
		Registros	6. Los medicamentos se empaquetan en un envase de fácil traslado 7. El empaque de los medicamentos facilita la conservación de los mismos.	
		Entrega de los productos e información	8. Se le solicita su información para el registro informativo de BOTICA LUZMEDIC 9. Se le otorga la información y orientación correspondiente sobre el uso de los medicamentos	
	Entorno para el servicio de dispensación	Ambiente físico	10. BOTICA LUZMEDIC es amplio y facilita el acceso al servicio 11. BOTICA LUZMEDIC se mantiene limpio, sin polvo ni suciedad.	
		Estanterías y superficies utilizadas	12. Las estanterías de BOTICA LUZMEDIC dispone de una altura adecuada para la atención oportuna 13. Las estanterías y superficies de BOTICA LUZMEDIC facilitan el almacenamiento de los productos	
		Equipo y materiales de envasado	14. Los medicamentos exhibidos de BOTICA LUZMEDIC se encuentran correctamente rotulados 15. Los equipos utilizados de BOTICA LUZMEDIC se encuentran completamente limpios	
		Personal	Apariencia	16. Los colaboradores de BOTICA LUZMEDIC se encuentran adecuadamente uniformados 17. Los colaboradores de BOTICA LUZMEDIC mantienen una apariencia limpia y salubre para brindar la atención
	Disponibilidad		18. Los colaboradores de BOTICA LUZMEDIC siempre sostienen disponibilidad para atender sus solicitudes	
	Fiabilidad		19. Los colaboradores de BOTICA LUZMEDIC demuestran estar capacitados en la ejecución de su labor	
	Comportamiento		20. Los colaboradores de BOTICA LUZMEDIC mantienen un comportamiento formal y paciente para su atención	
	<b>Variable 2:</b>  <b>Fidelización</b>	Diferenciación	Distinción	1. BOTICA LUZMEDIC desarrolla un servicio distintivo
			Valoración.	2. Sostiene una alta valoración respecto al servicio otorgado por BOTICA LUZMEDIC
			Proporcionalidad.	3. BOTICA LUZMEDIC oferta una gran variedad de medicamentos

	Equidad.	4. BOTICA LUZMEDIC incentiva el beneficio mutuo de empresa a cliente
Personalización.	Reconocimiento.	5. BOTICA LUZMEDIC le brinda reconocimientos por sus compras frecuentes 6. BOTICA LUZMEDIC le otorga incentivos o premios por sus compras
	Identificación.	7. BOTICA LUZMEDIC es su mejor opción para la compra de medicamentos
	Adaptación	8. BOTICA LUZMEDIC le ofrece productos genéricos
Satisfacción.	Expectativas	9. Usted presenta altas expectativas respecto al desenvolvimiento del servicio de BOTICA LUZMEDIC.
	Percepción	10. Su percepción del desenvolvimiento del servicio de BOTICA LUZMEDIC supera sus expectativas
	Capacidad de respuesta	11. Los farmacéuticos de BOTICA LUZMEDIC se hallan siempre prestos a solucionar sus problemas. 12. Los errores presentados se solucionan en forma inmediata
Fidelidad	Compromiso	13. Los farmacéuticos de BOTICA LUZMEDIC demuestran compromiso con su salud
	Cumplimiento	14. BOTICA LUZMEDIC cumple con sus pedidos de medicamento de forma rápida 15. BOTICA LUZMEDIC cumple con sus promociones difundidas
Habitualidad.	Repetición	16. Adquiere medicamentos que solo expende BOTICA LUZMEDIC
	Frecuencia	17. Asiste de forma mensual a BOTICA LUZMEDIC
	Duración	18. Mantiene registro en la base de datos de BOTICA LUZMEDIC
	Antigüedad	19. Se encuentra inscrito en algún programa de ahorro de BOTICA LUZMEDIC
	Volumen	20. Suele comprar la totalidad de sus recetas en BOTICA LUZMEDIC

## Anexo 4: Instrumento de investigación



**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**  
**CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS**

### CUESTIONARIO

#### INFORMACIÓN:

Mediante el presente cuestionario, me presento ante Usted, a fin de que dé respuesta a las preguntas formuladas, esta información relevante servirá para el desarrollo de la tesis titulada: “la calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo”, el que permitirá medir las variables de estudio y probar la hipótesis, por tal propósito acudo a Ud. Para que a pelando a su buen criterio de respuestas con toda honestidad; quedando agradecida (o) por su intervención.

#### INSTRUCCIONES:

Por favor, lea cuidadosamente cada una de las preguntas, y marca una sola respuesta que considere la correcta.

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

### CUESTIONARIO PARA LAS VARIABLES: CALIDAD DE SERVICIO Y

#### FIDELIZACIÓN

N°	ITEMS DE CALIDAD DE SERVICIO	1	2	3	4	5
<b>PROCESO DE DISPENSACIÓN</b>						
1	El farmacéutico de BOTICA LUZMEDIC le solicita siempre su receta para el inicio del servicio					
2	El farmacéutico de BOTICA LUZMEDIC revisa y valida los datos de la receta como el profesional que expide, los medicamentos y el paciente					
3	El farmacéutico de BOTICA LUZMEDIC conoce la información otorgada por sus recetas					
4	El farmacéutico de BOTICA LUZMEDIC le brinda diferentes opciones sobre los medicamentos de su receta					
5	Antes de entregar los medicamentos, el farmacéutico de BOTICA LUZMEDIC comprueba que tengan un aspecto adecuado					
6	Los medicamentos se empacan en un envase de fácil traslado					
7	El empaque de los medicamentos facilita la conservación de los mismos					
8	Se le solicita su información para el registro informativo de BOTICA LUZMEDIC					

9	Se le otorga la información y orientación correspondiente sobre el uso de los medicamentos					
<b>ENTORNO PARA EL SERVICIO DE DISPENSACIÓN</b>						
10	BOTICA LUZMEDIC es amplio y facilita el acceso al servicio					
11	BOTICA LUZMEDIC se mantiene limpio, sin polvo ni suciedad.					
12	Las estanterías de BOTICA LUZMEDIC dispone de una altura adecuada para la atención oportuna					
13	Las estanterías y superficies de BOTICA LUZMEDIC facilitan el almacenamiento de los productos					
14	Los medicamentos exhibidos de BOTICA LUZMEDIC se encuentran correctamente rotulados					
15	Los equipos utilizados de BOTICA LUZMEDIC se encuentran completamente limpios					
<b>PERSONAL</b>						
16	Los colaboradores de BOTICA LUZMEDIC se encuentran adecuadamente uniformados					
17	Los colaboradores de BOTICA LUZMEDIC mantienen una apariencia limpia y salubre para brindar la atención					
18	Los colaboradores de BOTICA LUZMEDIC siempre sostienen disponibilidad para atender sus solicitudes					
19	Los colaboradores de BOTICA LUZMEDIC demuestran estar capacitados en la ejecución de su labor					
20	Los colaboradores de BOTICA LUZMEDIC mantienen un comportamiento formal y paciente para su atención					

N°	ITEMS DE FIDELIZACIÓN	1	2	3	4	5
<b>DIFERENCIACIÓN</b>						
1	BOTICA LUZMEDIC desarrolla un servicio distintivo					
2	Sostiene una alta valoración respecto al servicio otorgado por BOTICA LUZMEDIC					
3	BOTICA LUZMEDIC oferta una gran variedad de medicamentos					
4	BOTICA LUZMEDIC incentiva el beneficio mutuo de empresa a cliente					
<b>PERSONALIZACIÓN</b>						
5	BOTICA LUZMEDIC le brinda reconocimientos por sus compras frecuentes					
6	BOTICA LUZMEDIC le otorga incentivos o premios por sus compras					
7	BOTICA LUZMEDIC es su mejor opción para la compra de medicamentos					
8	BOTICA LUZMEDIC le ofrece productos genéricos					
<b>SATISFACCIÓN</b>						
9	Usted presenta altas expectativas respecto al desenvolvimiento del servicio de BOTICA LUZMEDIC.					
10	Su percepción del desenvolvimiento del servicio de BOTICA LUZMEDIC supera sus expectativas					
11	Los farmacéuticos de BOTICA LUZMEDIC se hallan siempre prestos a solucionar sus problemas.					
12	Los errores presentados se solucionan en forma inmediata					

<b>FIDELIDAD</b>					
13	Los farmacéuticos de BOTICA LUZMEDIC demuestran compromiso con su salud				
14	BOTICA LUZMEDIC cumple con sus pedidos de medicamento de forma rápida				
15	BOTICA LUZMEDIC cumple con sus promociones difundidas				
<b>HABITUALIDAD</b>					
16	Adquiere medicamentos que solo expende BOTICA LUZMEDIC				
17	Asiste de forma mensual a BOTICA LUZMEDIC				
18	Mantiene registro en la base de datos de BOTICA LUZMEDIC				
19	Se encuentra inscrito en algún programa de ahorro de BOTICA LUZMEDIC				
20	Suele comprar la totalidad de sus recetas en BOTICA LUZMEDIC				

Gracias por su atención.

**Anexo 5: Confiabilidad y validez del instrumento**

Variable 1: Calidad de servicio de dispensación

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,833	20

Variable 2: Fidelización

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,872	20

## ANEXO 5

## VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN

## Planilla Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “CUESTIONARIO...” que hace parte de la investigación: “Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo”, egresadas de LA UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES, FILIAL CHANCHAMAYO. 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: BARJA HUAYTA CHRISTIAN ROMULO  
 Formación académica: MAGISTER EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO  
 Areas de experiencia profesional: SECTOR PRIVADO: PROYECTOS DE INVESTIGACION  
 Tiempo: 10 años. Cargo actual: DOCENTE UNIVERSITARIO – TIEMPO COMPLETO  
 Institución: UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

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

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
<b>SUFICIENCIA</b> 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
<b>CLARIDAD</b> 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.
<b>COHERENCIA</b> 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.
<b>RELEVANCIA</b> 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: CALIDAD DE SERVICIO DE DISPENSACIÓN

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ÍTEMS	OBSERVACIONES
D1	1	4	4	4	4	Nivel alto	
	2	4	3	3	4	Nivel alto	
	3	4	4	4	4	Nivel alto	
	4	4	4	4	4	Nivel alto	
	5	4	4	4	4	Nivel alto	
	6	4	4	4	4	Nivel alto	
	7	3	3	3	3	Nivel moderado	
	8	4	4	4	4	Nivel alto	
	9	4	4	4	4	Nivel alto	
D2	10	4	3	4	4	Nivel alto	
	11	4	3	4	4	Nivel alto	
	12	4	4	4	4	Nivel alto	
	13	4	4	4	4	Nivel alto	
	14	3	3	3	3	Nivel moderado	
	15	4	4	4	4	Nivel alto	
D3	16	3	3	4	3	Nivel moderado	
	17	3	3	2	4	Nivel moderado	
	18	4	4	3	4	Nivel alto	
	19	4	4	4	4	Nivel alto	
	20	4	3	3	4	Nivel alto	
EVALUACION CUALITATIVA POR CRITERIOS		Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	

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

<b>Calificación:</b>	1. No cumple con el criterio
	2. Nivel bajo
	3. Nivel moderado
	4. Nivel alto

Validez de contenido Cuadro 1  
Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
MG BARJA HUAYTA CHRISTIAN ROMULO	Maestro en seguridad y salud en el trabajo	20	Nivel alto

Sello y Firma:



Mg. Christian Barja Huayta  
Reg. CORLAD Nº 16028  
DOCENTE UPLA – FILIAL CHANCHAMAYO

BARJA HUAYTA CHRISTIAN ROMULO  
DOCENTE UNIVERSITARIO

### Ficha informe de evaluación a cargo del experto

#### VARIABLE 2: FIDELIZACIÓN

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ÍTEMS	OBSERVACIONES
D1	1	4	4	4	4	Nivel alto	
	2	4	3	3	4	Nivel alto	
	3	4	4	4	4	Nivel alto	
	4	4	3	3	4	Nivel alto	
D2	5	3	3	4	3	Nivel moderado	
	6	3	4	4	3	Nivel alto	
	7	3	3	3	3	Nivel moderado	
	8	3	3	4	3	Nivel moderado	
D3	9	3	4	4	3	Nivel alto	
	10	3	3	4	4	Nivel alto	
	11	4	3	3	4	Nivel alto	
	12	4	4	4	4	Nivel alto	
D4	13	3	4	4	3	Nivel alto	
	14	3	3	4	4	Nivel alto	
	15	4	3	3	4	Nivel alto	
D5	16	4	4	3	4	Nivel alto	
	17	3	3	3	3	Nivel moderado	
	18	3	3	4	3	Nivel moderado	
	19	4	4	4	4	Nivel alto	
	20	4	4	4	4	Nivel alto	
EVALUACION CUALITATIVA POR CRITERIOS	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto		

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

<b>Calificación:</b>	1. No cumple con el criterio
	2. Nivel bajo
	3. Nivel moderado
	4. Nivel alto

#### Validez de contenido Cuadro 2 Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
MG BARJA HUAYTA CHRISTIAN ROMULO	Maestro en seguridad y salud en el trabajo	20	Nivel alto

Sello y Firma:

**Mg. Christian Barja Huayta**  
Reg. CORFOAD Nº 18028  
 DOCENTE UPLA – FILIAL CHANCHAMAYO  
**BARJA HUAYTA CHRISTIAN ROMULO**  
 DOCENTE UNIVERSITARIO

## ANEXO 5

## VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN

## Planilla Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “CUESTIONARIO ..” que hace parte de la investigación: “Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo”, egresadas de LA UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES, FILIAL CHANCHAMAYO. 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: MENDOZA HERRERA JHONATAN  
 Formación académica: MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN ESTRATEGICA  
 Areas de experiencia profesional: SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO EN RECURSOS HUMANIOS.  
 Tiempo: 10 años. Cargo actual: SECTOR PÚBLICO – DIRECTOR GENERAL DE PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTO  
 Institución: MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

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

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
<b>SUFICIENCIA</b> 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
<b>CLARIDAD</b> 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.
<b>COHERENCIA</b> 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.
<b>RELEVANCIA</b> 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: CALIDAD DE SERVICIO DE DISPENSACIÓN

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COMERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ÍTEMES	OBSERVACIONES
D1	1	4	4	4	4	Nivel alto	
	2	4	3	3	4	Nivel alto	
	3	3	3	4	3	Nivel moderado	
	4	3	3	4	3	Nivel moderado	
	5	4	4	4	4	Nivel alto	
	6	4	4	4	4	Nivel alto	
	7	3	3	3	3	Nivel moderado	
	8	4	4	4	4	Nivel alto	
	9	4	4	4	4	Nivel alto	
D2	10	3	3	4	3	Nivel moderado	
	11	3	3	4	3	Nivel moderado	
	12	4	4	4	4	Nivel alto	
	13	4	4	4	4	Nivel alto	
	14	3	3	3	3	Nivel moderado	
	15	4	4	4	4	Nivel alto	
D3	16	3	3	4	3	Nivel moderado	
	17	3	3	2	4	Nivel moderado	
	18	4	4	3	4	Nivel alto	
	19	4	4	4	4	Nivel alto	
	20	4	3	3	4	Nivel alto	
EVALUACION CUALITATIVA POR CRITERIOS		Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	

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

<b>Calificación:</b>	1. No cumple con el criterio
	2. Nivel bajo
	3. Nivel moderado
	4. Nivel alto

Validez de contenido Cuadro 1  
Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
MG JHONATAN MENDOZA HERRERA	Maestro en Gestión Estratégica	20	Nivel alto

Sello y Firma:

MG JHONATAN MENDOZA HERRERA  
DOCENTE UNIVERSITARIO

### Ficha informe de evaluación a cargo del experto

#### ⊕ VARIABLE 2: FIDELIZACIÓN

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ÍTEMS	OBSE-RVACIONES
D1	1	4	4	4	4	Nivel alto	
	2	4	3	3	4	Nivel alto	
	3	4	4	4	4	Nivel alto	
	4	4	3	3	4	Nivel alto	
D2	5	3	3	4	3	Nivel moderado	
	6	3	4	4	3	Nivel alto	
	7	3	3	3	3	Nivel moderado	
	8	3	3	4	3	Nivel moderado	
D3	9	3	4	4	3	Nivel alto	
	10	3	3	4	4	Nivel alto	
	11	4	3	3	4	Nivel alto	
	12	4	4	4	4	Nivel alto	
D4	13	3	4	4	3	Nivel alto	
	14	3	3	4	4	Nivel alto	
	15	4	3	3	4	Nivel alto	
D5	16	4	4	3	4	Nivel alto	
	17	3	3	3	3	Nivel moderado	
	18	3	3	4	3	Nivel moderado	
	19	4	4	4	4	Nivel alto	
	20	4	4	4	4	Nivel alto	
EVALUACION CUALITATIVA POR CRITERIOS	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto		

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

<b>Calificación:</b>	1. No cumple con el criterio
	2. Nivel bajo
	3. Nivel moderado
	4. Nivel alto

#### Validez de contenido Cuadro 2 Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
MG JHONATAN MENDOZA HERRERA	Maestro en Gestión Estratégica	20	Nivel alto

Sello y Firma:

MG JHONATAN MENDOZA HERRERA  
DOCENTE UNIVERSITARIO

## ANEXO 5

## VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN

## Planilla Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "CUESTIONARIO .." que hace parte de la investigación: "Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo", egresadas de LA UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES, FILIAL CHANCHAMAYO. 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: SANDOVAL TRIGOS JESÚS CÉSAR  
 Formación académica: MAGISTER EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO  
 Áreas de experiencia profesional: SECTOR PÚBLICO: GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y DOCENTE UNIVERSITARIO  
 Tiempo: 10 años. Cargo actual: DIRECTOR DE LA FILIAL CHANCAHAMAYO  
 Institución: UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

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

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
<b>SUFICIENCIA</b> 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
<b>CLARIDAD</b> 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.
<b>COHERENCIA</b> 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.
<b>RELEVANCIA</b> 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 este. 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: CALIDAD DE SERVICIO DE DISPENSACIÓN

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ITEMS	OBSERVACIONES
D1	1	4	4	4	4	Nivel alto	
	2	4	3	3	4	Nivel alto	
	3	4	4	4	4	Nivel alto	
	4	4	4	4	4	Nivel alto	
	5	4	4	4	4	Nivel alto	
	6	4	4	4	4	Nivel alto	
	7	3	3	3	3	Nivel moderado	
	8	4	4	4	4	Nivel alto	
	9	4	4	4	4	Nivel alto	
D2	10	4	3	4	4	Nivel alto	
	11	4	3	4	4	Nivel alto	
	12	4	4	4	4	Nivel alto	
	13	4	4	4	4	Nivel alto	
	14	3	3	3	3	Nivel moderado	
	15	4	4	4	4	Nivel alto	
D3	16	3	3	4	3	Nivel moderado	
	17	3	3	2	4	Nivel moderado	
	18	4	4	3	4	Nivel alto	
	19	4	4	4	4	Nivel alto	
	20	4	3	3	4	Nivel alto	
EVALUACION CUALITATIVA POR CRITERIOS		Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	

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

<b>Calificación:</b>	1. No cumple con el criterio
	2. Nivel bajo
	3. Nivel moderado
	4. Nivel alto

#### Validez de contenido Cuadro 1 Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
MG SANDOVAL TRIGOS JESÚS CÉSAR	MAESTRO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO	20	Nivel alto

Sello y Firma:



SANDOVAL TRIGOS JESÚS CÉSAR  
DOCENTE UNIVERSITARIO

### Ficha informe de evaluación a cargo del experto

#### + VARIABLE 2: FIDELIZACIÓN

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COMERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ÍTEMS	OBSE-RVACIONES
D1	1	4	4	4	4	Nivel alto	
	2	4	3	3	4	Nivel alto	
	3	4	4	4	4	Nivel alto	
	4	4	3	3	4	Nivel alto	
D2	5	3	3	4	3	Nivel moderado	
	6	3	4	4	3	Nivel alto	
	7	3	3	3	3	Nivel moderado	
	8	3	3	4	3	Nivel moderado	
D3	9	3	4	4	3	Nivel alto	
	10	3	3	4	4	Nivel alto	
	11	4	3	3	4	Nivel alto	
	12	4	4	4	4	Nivel alto	
D4	13	3	4	4	3	Nivel alto	
	14	3	3	4	4	Nivel alto	
	15	4	3	3	4	Nivel alto	
D5	16	4	4	3	4	Nivel alto	
	17	3	3	3	3	Nivel moderado	
	18	3	3	4	3	Nivel moderado	
	19	4	4	4	4	Nivel alto	
	20	4	4	4	4	Nivel alto	
EVALUACION CUALITATIVA POR CRITERIOS	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto		

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

<b>Calificación:</b>	1. No cumple con el criterio
	2. Nivel bajo
	3. Nivel moderado
	4. Nivel alto

#### Validez de contenido Cuadro 2 Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
MG SANDOVAL TRIGOS JESÚS CÉSAR	MAESTRO GESTION DEL TALENTO HUMANO	20	Nivel alto

Sello y Firma:



SANDOVAL TRIGOS JESÚS CÉSAR  
DOCENTE UNIVERSITARIO

## 6. La data de procesamiento de datos



## Variable 2: FIDELIZACIÓN

Variables	Variable 2: Fidelización																			
Dimensiones	Diferenciación				Personalización.				Satisfacción.				Fidelidad			Habitualidad.				
Sujeto	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6	5	3	1	2	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	1	3	2	3	2	3	3	3	1	3	1	5	1	5	3	3	3	3	3	3
8	3	3	4	1	5	3	3	3	4	4	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3
9	4	3	4	2	3	3	3	3	5	3	2	3	1	4	3	3	3	3	3	3
10	4	3	3	5	2	3	3	3	1	3	2	3	1	2	3	3	3	3	3	3
11	5	3	3	1	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	4	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	4	1	3	3	3	3
15	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	4	5	3	3	3	3	3
16	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	1	4	5	3	3	3	3
17	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3
18	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	2	3	2	4	3	3	3	3
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1

## 7. Consentimiento informado

### Anexo 5: Consentimiento informado

“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

**SOLICITO:** Autorización para ejecución de instrumento de proyecto de investigación

SEÑOR(A) ADMINISTRADOR DE LA BOTICA LUZMEDIC

Yo, Bach. MARIL PATTY CASIO AMBICHO, con DNI 45124700 y Bach. TANIA SOSA MANRIQUE, con DNI 74351912. Ante usted atentamente nos presentamos y exponemos:

Mediante el presente documento, SOLICITAMOS: Autorización para la ejecución de un instrumento de proyecto de investigación titulada: “Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de la BOTICA LUZMEDIC de la provincia de Satipo”.

POR LO TANTO:

Ruego a usted; atender nuestra petición por ser de justicia.

Satipo, 28 de abril del 2023.



MARIL PATTY CASIO AMBICHO  
DNI: 45124700

TANIA SOSA MANRIQUE TANIA  
DNI: N° 74351912

## Consentimiento Informado

**CONSENTIMIENTO INFORMADO**Yo, Rosario Cáceres Borquez,

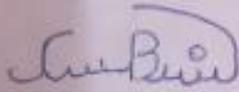
cliente de botica Luzmedic ubicada en

Av. Nicolsa Bastida N° 1150, Provincia de Satipo, declaro que

he sido informado e invitado a participar de la investigación denominada "Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo" llevada a cabo por los Bach. CASIO AMBICHO MARIL PATTY y Bach. SOSA MANRIQUE TANIA KAREN, egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana Los Andes

Mi participación consistirá en realizar una encuesta para medir la relación de las variables Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo. Así mismo la información personal registrada en este formulario será de carácter confidencial.

Por la presente, acepto voluntariamente participar en el siguiente estudio.

FIRMA	
DNI	77103069
FECHA	8 / octubre / 2023



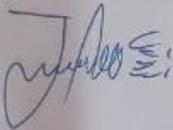
**Consentimiento Informado****CONSENTIMIENTO INFORMADO**Yo, JURSEL LOPEZ HELLER,

cliente de botica Luzmedic ubicado en

AV. MICHAELA BASTIDAS N° 1150, Provincia de Satipo, declaro quehe sido informado e invitado a participar de la investigación denominada "**Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de botica****Luzmedic de la Provincia de Satipo**" llevada a cabo por los Bach. CASIO AMBICHO MARIL PATTY y Bach. SOSA MANRIQUE TANIA KAREN, egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana los Andes

Mi participación consistirá en realizar una encuesta para medir la relación de las variables Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo. Así mismo, la información personal registrada en este formulario será de carácter confidencial.

Por la presente, acepto voluntariamente participar en el siguiente estudio.

FIRMA	
DNI	46798369
FECHA	8/octubre/2023


HUELLA DIGITAL

## Consentimiento Informado

**CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Yo, Mendoza Mori Ingrid,  
 cliente de botica Luzmedic ubicada en

AV. Micaela Bastidas N° 1150, Provincia de Satipo, declaro que he sido informado e invitado a participar de la investigación denominada "Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo" llevada a cabo por los Bach. CASIO AMBICHO MARIL PATTY y Bach. SOSA MANRIQUE TANIA KAREN, egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana las Américas.

Mi participación consistirá en realizar una encuesta para medir la relación de las variables Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo. Así mismo, la información personal registrada en este formulario será de carácter confidencial.

Por la presente, acepto voluntariamente participar en el siguiente estudio.

FIRMA	
DNI	73064746
FECHA	8/octubre/2023



## Consentimiento Informado

**CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Yo, Francisco Luis Santiago Rivera,  
 cliente de botica Luzmedic ubicado en

Av. Micaela Bastidas N° 1150, Provincia de Satipo, declaro que

he sido informado e invitado a participar de la investigación denominada "Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de botica

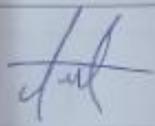
Luzmedic de la Provincia de Satipo" llevada a cabo por los Bach. CASIO AMBICHO

MARIL PATTY y Bach. SOSA MANRIQUE TANIA KAREN, egresados de la Facultad

de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana los Andes

Mi participación consistirá en realizar una encuesta para medir la relación de las variables Calidad de servicio de dispensación de medicamentos y fidelización en clientes de botica Luzmedic de la Provincia de Satipo. Así mismo, la información personal registrada en este formulario será de carácter confidencial.

Por la presente, acepto voluntariamente participar en el siguiente estudio.

FIRMA	
DNI	60230053
FECHA	8 / octubre / 2023



### 8. Fotos de la aplicación del instrumento

