



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS FARMACÉUTICAS**

TESIS

**RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO EN
DISPENSACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE LOS USUARIOS DE LA
BOTICA F&C FARMA, COLLIQUE – COMAS, 2022**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
QUÍMICO FARMACÉUTICO**

AUTORES:

Bach. Irueta Díaz, Sheila Noelia

Bach. Paucar Ccapera, Juana

ASESOR:

Mg. QF. Huamán Gutiérrez, Juan Orlando

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Ciencias Farmacéuticas

Huancayo - Perú

2022

A Dios por dame la vida y la salud que necesito para cumplir mis sueños.

A mis padres que me brindan su apoyo incondicional.

A mi esposo e hijos por ser mi motor y motivo para cumplir mis metas profesionales, ya que son muestra del más sincero y puro amor.

Sheila Noelia Irureta Díaz

A Dios por permitirme tener vida, salud y que gracias a Él he logrado culminar mi carrera universitaria.

A mi hija Hannah por ser mi fuente de motivación, inspiración y fortaleza para poder superarme cada día más.

A mi esposo Richard Lucana Tumi por haberme brindado todo su apoyo incondicional, inclusive en los momentos y situaciones difíciles, estuviste a mi lado ayudándome; gracias a tu cariño y apoyo he llegado a realizar uno de los anhelos más grandes de mi vida, fruto del inmenso apoyo, amor y confianza que me brindas. Muchas gracias, Amor por todo.

Juana Paucar Ccapera

AGRADECIMIENTOS

A nuestro asesor Dr. Juan Orlando Huamán Gutiérrez, por su apoyo brindado durante el desarrollo de esta tesis.

A nuestro profesor y amigo Dr. Hugo Humberto Caballero Cornejo, por su apoyo incondicional y paciencia durante el proceso de nuestra investigación.

Al representante de la Botica F&C FARMA, por gustosamente colaborar con el desarrollo de nuestra investigación.

A los usuarios por su tiempo y disposición, proporcionándonos los datos necesarios para la culminación de la misma.

Y, a todas las personas que de una y otra forma aportaron un granito de arena en esta investigación.

JURADO DE SUSTENTACIÓN

Dr. Ayala Picoaga, Vicente Manuel

Mg. Rojas Aire, Carlos Max

Mg. Huamán Gutiérrez, Juan Orlando

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, las bachilleres Irureta Díaz Sheila Noelia y Paucarr Ccapera Juana, identificadas con D.N.I N° 43266684 y N° 41063679, respectivamente; de la Escuela Profesional de Ciencias Farmacéuticas y Bioquímica de la Universidad Privada de Huancayo Franklin Roosevelt, autores de la tesis titulada: “Relación entre la calidad de servicio en dispensación y fidelización de los usuarios de la Botica F&C Farma, Collique – Comas, 2022”.

DECLARAMOS BAJO JURAMENTO:

Que toda la información presentada es AUTÉNTICA y VERAZ, siendo resultado de nuestro esfuerzo personal, que no ha sido copiado, sin mencionar de forma clara y exacta su origen o autor; en este sentido somos conscientes de que el hecho de no respetar los derechos de autor y hacer plagio, son objetos de sanciones universitarias y/o legales.

Huancayo, 25 de agosto del 2022



Irureta Díaz Sheila Noelia
D.N.I. N° 43266684



Paucarr Ccapera Juana
D.N.I. N° 41063679

ÍNDICE

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Índice de Tablas	vii
Índice de Gráficos	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	11
II. MÉTODO	29
2.1 Tipo y diseño de investigación	29
2.2 Operacionalización de Variables	32
2.3 Población, muestra y muestreo	33
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	34
2.5 Procedimiento de recolección de datos	35
2.6 Método de análisis de datos	36
2.7 Aspectos éticos	36
III. RESULTADOS	37
IV. DISCUSIÓN	55
V. CONCLUSIONES	59
VI. RECOMENDACIONES	61

REFERENCIAS	62
ANEXOS	72

Índice de Tablas

	Pág.
Tabla N°01. Distribución de participantes según edad	37
Tabla N°02. Distribución de participantes según sexo	38
Tabla N°03. Distribución de participantes según estado civil	39
Tabla N°04. Distribución de participantes según grado de instrucción	40
Tabla N°05. Distribución de participantes según nivel económico	41
Tabla N°06. 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	42
Tabla N°07. Relación entre la calidad de servicio referido al proceso de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022	43
Tabla N°08. Relación entre la calidad de servicio referido al entorno para el servicio de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022	44
Tabla N°09. Relación entre la calidad de servicio referido al personal y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022	45
Tabla N°10. Fidelización respecto a la diferenciación de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022	46
Tabla N°11. Fidelización respecto a la personalización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022	47
Tabla N°12. Fidelización respecto a la satisfacción de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022	48
Tabla N°13. Fidelización respecto a la fidelidad de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022	49
Tabla N°14. Fidelización respecto a la habitualidad de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022	50

Índice de Gráficos

	Pág.
Gráfico N°01. Distribución de participantes según edad	37
Gráfico N°02. Distribución de participantes según sexo	38
Gráfico N°03. Distribución de participantes según estado civil	39
Gráfico N°04. Distribución de participantes según grado de instrucción	40
Gráfico N°05. Distribución de participantes según nivel económico	41
Gráfico N°06. 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	42
Gráfico N°07. Relación entre la calidad de servicio referido al proceso de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022	43
Gráfico N°08. Relación entre la calidad de servicio referido al entorno para el servicio de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022	44
Gráfico N°09. Relación entre la calidad de servicio referido al personal y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022	45
Gráfico N°10 Fidelización respecto a la diferenciación de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022	46
Gráfico N°11 Fidelización respecto a la personalización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022	47
Gráfico N°12 Fidelización respecto a la satisfacción de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022	48
Gráfico N°13 Fidelización respecto a la fidelidad de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022	49
Gráfico N°14 Fidelización respecto a la habitualidad de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022	50

RESUMEN

Objetivo, 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. Metodología, el estudio fue de tipo básica, prospectiva, observacional y transversal; el diseño del estudio fue no experimental descriptivo correlacional. Población, estuvo conformada por usuarios que concurrieron a la botica antes mencionada, durante los meses de junio y julio de 2022; la muestra estuvo conformada por 120 usuarios, quienes acataron los criterios de inclusión y exclusión. La técnica de recolección de datos utilizada en el estudio fue la encuesta; el instrumento empleado estuvo compuesto por dos cuestionarios, uno para cada variable; siendo, la calidad de servicio en dispensación de los medicamentos y para la fidelización de los usuarios; se hizo la validez del instrumento y la confiabilidad mediante la prueba estadística Alfa de Cronbach. Resultados, respecto a la relación entre calidad de servicio en dispensación y fidelización de los usuarios, indican en mayoría una Buena percepción de la calidad de servicio y una Buena fidelización de los usuarios, representando el 78.3%; seguido, de una Regular percepción de la calidad de servicio y una Buena fidelización de los usuarios, representando el 14.2%; además, de un p-valor igual a 0.473. Respecto a la relación de las dimensiones de la calidad de servicio en la dispensación de los medicamentos (siendo, el proceso de dispensación, el entorno para el servicio de dispensación y el personal) y la fidelización del usuario, se mostró en todas las relaciones un p-valor mayor a 0.05. En cuanto a las dimensiones de la fidelización de los usuarios (diferenciación, personalización, satisfacción, fidelidad y habitualidad), se mostró en todas que en mayoría tuvieron una Buena fidelización. Conclusión, se concluyó que los usuarios percibieron que la calidad de servicio en la dispensación fue Buena y mostraron una Buena fidelización, representando al 78.3%; además, no existe relación estadísticamente significativa entre las variables, por ser $p > 0.05$.

Palabras Clave

Relación. Calidad de servicio. Fidelización. Usuarios.

ABSTRACT

Purpose, to determine the relationship between the quality of service in dispensing and loyalty of users who come to the F&C Farma Pharmacy, Collique - Comas, year 2022. Methodology, the study was basic, prospective, observational and cross-sectional; the study design was non-experimental, descriptive and correlational. The population consisted of users who attended the aforementioned pharmacy during the months of June and July 2022; the sample consisted of 120 users, who complied with the inclusion and exclusion criteria. The data collection technique used in the study was the survey; the instrument used was composed of two questionnaires, one for each variable, being the quality of service in dispensing medicines and for the loyalty of the users; the validity of the instrument and the reliability was made by means of the Cronbach's Alpha statistical test. Results, with respect to the relationship between quality of service in dispensing and user loyalty, indicate a good perception of the quality of service and good user loyalty, representing 78.3%, followed by a fair perception of the quality of service and good user loyalty, representing 14.2%, and a p-value equal to 0.473. Regarding the relationship between the dimensions of the quality of service in the dispensing of medicines (the dispensing process, the environment for the dispensing service and the personnel) and user loyalty, a p-value greater than 0.05 was found in all the relationships. As for the dimensions of user loyalty (differentiation, personalization, satisfaction, fidelity and habituality), it was shown that most of them had a good loyalty. In conclusion, it was concluded that the users perceived that the quality of service in dispensing was good and showed good loyalty, representing 78.3%; furthermore, there is no statistically significant relationship between the variables, as $p > 0.05$.

Key words

Relationship. Service quality. Loyalty. Users.

I. INTRODUCCIÓN

La industria farmacéutica se ha convertido en una industria emergente a nivel mundial,¹ comprende un escenario en constante cambio que desafía a sus participantes a mantener el conocimiento de una amplia gama de ciencias, prácticas comerciales, factores regulatorios y cuestiones legales.² Esta industria (farmacéutica) es un entorno que permite a los farmacéuticos utilizar sus conocimientos para ayudar a los pacientes y consumidores,³ hoy en día, los farmacéuticos son reconocidos como componentes clave en la prestación de atención individualizada al paciente como parte de los equipos de atención sanitaria interprofesionales,⁴ desempeñando un rol vital en el sistema de atención de la salud,⁵ pues garantizan el uso racional y rentable de los medicamentos, promueven una vida saludable y mejoran los resultados clínicos al participar activamente en la atención directa al paciente y colaborar con muchas disciplinas médicas.⁴ Asimismo, los farmacéuticos son considerados como uno de los profesionales sanitarios más confiables y accesibles.⁶

Una de las funciones del químico farmacéutico es la aplicación de las buenas prácticas en cuanto a la dispensación de medicamentos.⁷ La dispensación es un servicio complejo que aglutina la realización de verificaciones clínicas y administrativas sobre el estado de salud del paciente y los medicamentos que utiliza y le han prescrito,⁸ por otra parte; se ha descrito que la dispensación incorpora a todas las acciones que tienen lugar entre el momento en que se entrega la receta al profesional y el momento en que se entregan los medicamentos u otros artículos prescritos.⁹ La dispensación comprende la actividad más frecuente que realizan los farmacéuticos en todo el mundo,¹⁰ esta puede basarse en una prescripción o en una solicitud oral de los usuarios (pacientes o proveedores de atención) según el tipo de medicamentos a dispensar. El proceso de dispensación implica la interpretación correcta de la prescripción o solicitud oral, la preparación precisa y el etiquetado de los medicamentos con el suministro de la información adecuada.¹¹

Por otro lado, las buenas prácticas de dispensación garantizan que se proporcione una forma efectiva del medicamento correcto al paciente, en la dosis adecuada y el número de unidades correctos, con instrucciones claras y en un envase que mantenga

la potencia del medicamento.⁹ En consecuencia, la dispensación racional promueve el uso seguro, eficaz y económico de los medicamentos.¹¹

A nivel mundial, la Organización Mundial de la Salud describe que más del 50% de los medicamentos se prescriben, dispensan o venden de forma inadecuada, mientras que el 50% de los pacientes no toman los medicamentos prescritos correctamente. Esta situación es mayor en los países en desarrollo.^{12,13} Otra data preocupante, es la práctica de la automedicación; pues a nivel mundial se estima que 700 000 personas mueren cada año por infecciones resistentes a los antimicrobianos.¹⁴

Debido a la falta de estadística actual respecto a la dispensación de medicamentos a nivel de América Latina y a nivel nacional; a continuación, se cita estadísticas de formas de uso irracional de medicamentos; a saber, la automedicación y auto-prescripción inadecuadas.¹⁵

América Latina no es ajena a la práctica de la automedicación, la frecuencia de este problema de salud pública difiere según el país y el contexto evaluado; por ejemplo, estudios colombianos presentan rangos de prevalencia de 27.3% al 55.4%, Brasil rangos de 31% a 86.4% y un estudio en Perú encontró una prevalencia del 56.7% en una zona urbana de Lima.¹⁶

A nivel nacional, uno de los problemas más comunes en el sistema de salud es la automedicación, pues según el Ministerio de Salud (MINSU), más del 55% de peruanos se automedica.¹⁷ Por otro lado, distintos estudios dan cuenta de la irracionalidad en el uso de medicamentos, por ello el Ministerio de Salud planteó el Manual de buenas prácticas de dispensación; con el propósito de asegurar el uso adecuado de los medicamentos.^{18,19}

Respecto a la fidelización, esta aparece como un constructo importante en la literatura de la hospitalidad, ya que determina las intenciones futuras de comportamiento e indica la confianza de los usuarios hacia una organización; definida también como la fuerza de la relación entre las actitudes relativas de uno y la repetición de la compra; por otro lado, se describe que este constructo refleja el nivel de apego de los consumidores a los productos y/o servicios,²⁰ considerada también como una

experiencia tanto de actitud como de comportamiento con un producto/servicio que satisface las necesidades y deseos de los usuarios/clientes.²¹ Las organizaciones consideran que la fidelización de los clientes/usuarios es un factor clave para su éxito,²² pues conduce a obtener una ventaja competitiva sobre las organizaciones en un entorno altamente competitivo y dinámico;²³ además, de la importancia debido al aumento de la competencia y al hecho de que la fidelización de los clientes/usuarios no solo se aplica a la compra de un producto o servicio; los consumidores pueden recomendar el producto/servicio a un amigo o asociado.²² Es así que la fidelización del usuario/cliente juega un rol importante para impulsar una organización y se enfoca en establecer una buena relación entre consumidores y proveedores; pues los usuarios/clientes fieles (leales) son las fuentes principales para generar ganancias y atraer más clientes nuevos al negocio.²¹

El beneficio del estudio será para saber la relación que hay entre la calidad de servicio en la dispensación que tienen los usuarios que acudieron a la botica F&C Farma, Collique - Comas y la fidelización de ellos hacia la citada botica; porque, en los servicios de atención farmacéutica abarca un amplio conjunto de áreas a través de las cuales el farmacéutico puede ofrecer ayuda a los pacientes.

La importancia del estudio radica en que se hizo una consulta, a los usuarios que acudieron a la botica F&C Farma, Collique – Comas, mediante una encuesta de la calidad de servicio recibida en la citada botica y cómo es su fidelización que ellos tienen, de tal forma, que de acuerdo a los resultados, el propietario de la botica, pueda adoptar las medidas más adecuadas para mantener un estándar óptimo en la calidad de servicio del personal de la botica y poder mantener la fidelización de los usuarios; porque, en el ámbito de la asistencia sanitaria, la lealtad del paciente es muy importante y es el compromiso de los usuarios de continuar usando los servicios y/o productos en el futuro y recomendarlos a otros usuarios, porque los pacientes fieles aportan un valor económico y son un activo inestimable para los proveedores de atención sanitaria.²⁴ Además, es también importante el estudio porque es el primero que se realiza sobre el tema en la Universidad Privada de Huancayo Franklin Roosevelt.

Referente a investigaciones recientes tanto nacionales e internacionales, relacionadas a la relación de las variables del estudio, estas son carentes. No obstante, se hace mención las siguientes investigaciones nacionales:

Alcedo B. (2021) en su estudio cuya finalidad fue identificar la asociación entre las variables, calidad del servicio en dispensación de medicinas y la fidelización de los usuarios de una farmacia en la región Ancash (Chimbote). Correspondió a un estudio tipo aplicada y correlacional, participaron 264 usuarios; además se empleó la técnica de encuesta, usándose dos cuestionarios de 20 ítems para cada variable; conformando 5 dimensiones para la variable fidelización (diferenciación, personalización, satisfacción, fidelidad y habitualidad) y 3 dimensiones para calidad en la dispensación (proceso, entorno y personal). Se mostró que existe una asociación alta entre las variables ($Rho=0.852$), siendo esta significativa ($p=0.000$); además el nivel de mayor destaque para la calidad percibida fue un nivel regular (55%) y de fidelización fue un nivel regular (64%). Por otro lado, las tres dimensiones de la calidad de la dispensación (proceso, entorno y personal) tuvieron una asociación alta y significativa con la fidelización del usuario ($Rho>0.7$; $p<0.05$). Concluyó así la existencia de la asociación positiva y alta entre las variables; interpretándose que una buena percepción en la calidad del servicio en la dispensación de medicinas direccionará a una buena fidelización del usuario.²⁵

Lora M., Mestanza M., Cabrejo J., Rodríguez J., Villegas D. y Rodríguez T. (2021) ejecutaron un estudio cuyo propósito fue determinar la relación entre la calidad del servicio de dispensación de productos farmacéuticos con la satisfacción de los usuarios en tiempos de la pandemia COVID-19. Fue un estudio transversal, participaron 134 usuarios y se empleó dos cuestionarios para cada variable. Se mostró que durante este tiempo, la calidad del servicio de dispensación de productos farmacéuticos fue valorada de baja a media; y la satisfacción, empleó cinco dimensiones (fiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y la tangibilidad) del usuario con el servicio recibido fue valorada como insatisfecha y no muy satisfecha. Por otra parte, se evidenció la validez del modelo de regresión logística ordinal para la calidad del servicio de dispensación de productos farmacéuticos en función de la tangibilidad, confirmando su relación de esta dimensión con la calidad del servicio de dispensación. Concluyeron que la calidad del servicio de dispensación de

productos farmacéuticos fue baja a media, lo que implica un alto riesgo de evaluación negativa del servicio de dispensación de productos farmacéuticos.²⁶

Vidal M. (2020) en su estudio con propósito identificar si existe asociación entre la calidad de servicio (respecto a las buenas prácticas en la dispensación) y la fidelización de una cadena de botica (MiFarma) de la capital de Ancash (Huaraz). Corresponde un estudio tipo aplicada y correlacional, participaron 290 usuarios que acudieron al establecimiento; se utilizó 2 cuestionarios para el análisis de cada variable, conteniendo cada una de ellas 20 ítems; considerándose para la calidad del servicio 3 dominios (proceso de dispensación, entorno y personal) y para fidelización 5 dominios (fidelidad, personalización, satisfacción, diferenciación y habitualidad). Se mostró una alta correlación entre las variables ($Rho=0.757$), siendo significativa ($p=0.000$). En cuanto, al mayor nivel encontrado respecto a la calidad del servicio, esta fue regular (51%) y respecto a sus dimensiones; proceso fue regular (54%), entorno y personal fueron bueno (48% y 49%, respectivamente). En tanto, al mayor nivel encontrado referente a la fidelización del usuario, esta fue regular (66%) y referente a sus dimensiones, 4 de ellas (diferenciación, personalización, satisfacción y fidelidad) sobrepasó el nivel regular (58%, 57%, 50% y 45%, respectivamente) y en habitualidad sobrepasó un nivel bueno (54%). Por otro lado, las dimensiones entorno y personal (de la calidad de servicio) tuvo una asociación moderada, positiva y significativa con la fidelización; no obstante, el proceso presentó una asociación alta, positiva y significativa con la fidelización del usuario. Concluyó que las variables de estudio se asocian directamente proporcional.²⁷

Pahuara R. y Perdomo G. (2019) efectuaron un estudio cuya finalidad fue identificar la asociación entre la calidad de servicio de farmacia de un centro de salud y la fidelización de los usuarios asistentes. Fue un estudio correlacional y transaccional. Participaron 356 usuarios, se empleó dos escalas de medición para la evaluación de cada variable, considerándose para calidad del servicio de farmacia, 5 dimensiones (tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; considerándose dentro de esta última como indicador la atención individualizada que dispensa la organización; asimismo otros indicadores concernientes a la atención farmacéutica) con 20 ítems, y para fidelización del usuario, 3 dimensiones (comportamiento, actitudinal y cognitivo) con 15 ítems. Se mostró que hubo una

asociación directa, débil y significativa entre las variables pues el coeficiente de correlación fue 0.42 y un valor $p < 0.05$. En el análisis de las cinco dimensiones de la calidad del servicio de farmacia y su asociación con la fidelización, se mostró la existencia de una asociación directa, débil y significativa siendo para fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, los siguientes valores coeficientes de correlación de 0.459, 0.312, 0.363 y 0.374, respectivamente; y todas con un valor $p < 0.05$.²⁸

Respecto a las investigaciones internacionales, se señalan las siguientes:

En Pakistán, Haider N., Dayo A., Iqbal M., Ali Ghoto M., Shahnaz S., Anwar R. y Khan J. (2021) ejecutaron un estudio cuya finalidad fue explorar el conocimiento, la calificación, la experiencia y las prácticas de dispensación entre los dispensadores que laboraban en farmacias en el sur de Karachi. Se empleó un cuestionario estructurado, recabándose 210 respuestas en el cuestionario. De lo recolectado, se observó que de la muestra, el 9% de su personal había estudiado solo hasta la escuela primaria, el 5.7% hasta el octavo grado, el 25.2% hasta la secundaria, 26.7% secundaria superior, 15.7% tenían estudios no profesionales y el 8.1% eran licenciados profesionales; solo el 9% tenía el título en farmacia D o farmacia B, mientras que el 0.5% tenía una calificación de posgrado. Además, el 44.8% de las farmacias tenían licencia de farmacia vigente pero el farmacéutico estaba físicamente ausente en el 91% de las droguerías. La mayoría de las farmacias no mantenían la temperatura adecuada (refrigerador y/o temperatura ambiente). La mayoría de los dispensadores no revisaron los detalles de la prescripción antes de dispensar medicamentos y también dispensaron medicamentos con recetas más antiguas y sin receta. Concluyeron que el conocimiento y prácticas generales de los dispensadores que laboran en farmacias fueron deficientes. Sin embargo, la presencia del farmacéutico se asoció en cierta medida con las buenas prácticas de dispensación.²⁹

En Indonesia, Handayany G. (2021) realizó un estudio cuyo estudio fue examinar y analizar el efecto de la calidad del servicio farmacéutico en la lealtad a través de la mediación de la satisfacción del paciente ambulatorio de la instalación de farmacia del Hospital General de Daya. Fue un estudio cuantitativo, analítico y observacional. Participaron 120 pacientes de la instalación de farmacia y se empleó un cuestionario,

utilizando para la calidad de los servicios farmacéuticos cinco dimensiones (evidencia física, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía); a su vez satisfacción incluía sentirse satisfecho, utilizar siempre los servicios de farmacia, recomendar servicios y cumplir con las expectativas del tratamiento; y para lealtad, se consideró tres dimensiones, lealtad del paciente, la resistencia de otros proveedores de servicios y la referencia a los servicios de farmacia en dicho hospital. Se mostró que la satisfacción afectó la lealtad de los pacientes ambulatorios en la instalación de farmacia, con un nivel significativo de 0.000. El indicador más dominante fue sentirse satisfecho en la variable satisfacción, con un factor de carga de 0.93. En la variable lealtad, el indicador más dominante fue el aspecto lealtad, con un factor de carga de 0.41. El efecto directo de la calidad del servicio farmacéutico sobre la lealtad fue de 0.550, mientras que el efecto indirecto mediado por la satisfacción del paciente fue de 0.303. Concluyó así, que el efecto directo fue mayor al efecto indirecto de la calidad del servicio sobre la lealtad de los pacientes ambulatorios del citado hospital.³⁰

En Indonesia, Chandra T., Hafni L. y Novita G. (2020) ejecutaron una investigación cuya finalidad fue investigar la relación entre la calidad del servicio farmacéutico, la satisfacción del usuario, la confianza y la fidelidad de los mismos. El estudio tuvo un enfoque cualitativo, se llevó a cabo en la ciudad de Pekanbaru, la muestra estuvo conformada por 350 usuarios de los servicios farmacéuticos, y se empleó el método de cuestionario en línea. Los resultados revelaron una correlación favorable y estadísticamente significativa entre la calidad del servicio de farmacia y los tres componentes de los resultados de los pacientes. En concreto, los resultados demostraron que los servicios de alta calidad aumentaban el nivel de satisfacción, de la confianza y de la lealtad de los pacientes. Para mejorar los resultados de los pacientes, las farmacias deberían tratar de mejorar la calidad de sus servicios. Pues, referente a la lealtad, en base a las respuestas se deduce que la calidad del servicio en farmacia puede afectar significativamente el nivel de fidelidad del usuario; asimismo los encuestados declararon que se esfuerzan por ser fieles a las instalaciones y profesionales que ofrecen servicios seguros y de calidad en todo momento. Finalmente, los investigadores sugieren investigar en mayor medida hasta qué punto la calidad de los servicios farmacéuticos influye en la satisfacción, la confianza y la fidelidad de los pacientes a escala nacional.³¹

En Alemania, Guhl D., Blankart K. y Stargardt T. (2019) desarrollaron un estudio cuyo propósito fue examinar el valor creado por las farmacias comunitarias, definido con el valor percibido por el usuario (VPU), en el mercado de medicamentos recetados a través de diversos elementos de la calidad del servicio (ECS), siendo estos la interacción personal, el aspecto físico, la confiabilidad, la política del establecimiento, la consulta y la disponibilidad; además también se incluyó a la equidad del precio del producto medicamento (como posible factor de confusión de la calidad del servicio); luego desarrollar un modelo de ruta que describa la relación entre ECS y el VPU; posteriormente analizar el efecto del VPU en la satisfacción y lealtad del usuario. Para ello se utilizó datos obtenidos de 289 entrevistas estandarizadas sobre la dispensación de recetas de los usuarios en los últimos 6 meses, empleándose un cuestionario de 40 ítems en total; considerándose para la satisfacción, transacciones específicas (en lugar de la satisfacción general), derivado del desempeño de las farmacias; y para la lealtad se consideró la intención de recompra y la lealtad actitudinal hacia la farmacia. Se mostró que los elementos del servicio interacción personal (coeficiente de ruta de 0.31), aspecto físico (0.12), política del establecimiento (0.24), disponibilidad de medicinas (0.10) y la equidad del precio del producto (0.20) tienen un efecto significativo positivo en el VPU; por otra parte, la consulta y la fiabilidad no tuvieron influencia significativa. Además, encontraron una fuerte interdependencia positiva entre el valor percibido del usuario (VPU) y la satisfacción del usuario, con un valor de ruta de 0.75 y $p < 0.001$; por otro lado, los coeficientes de ruta de 0.17 de VPU y 0.72 de satisfacción del usuario a la lealtad fueron positivos y significativos ($p < 0.01$), finalmente el coeficiente de ruta indirecta de VPU a través de la satisfacción del usuario, sobre la lealtad fue de 0.53. Concluyeron que las farmacias pueden mejorar la satisfacción y fidelidad de los usuarios si tienen en cuenta la perspectiva del usuario y se centran en los elementos relevantes del servicio; asimismo, mejorar la interacción personal parece ser lo más importante para abordar adecuadamente.³²

Respecto a las teorías y enfoques conceptuales, se hace mención lo siguiente:

Primero cabe resaltar, que el rol de los profesionales farmacéuticos ha ido evolucionado junto con las necesidades de la atención médica de la población.⁶ Es decir, la profesión farmacéutica y por ende su práctica se remonta desde la

antigüedad, destacándose tres períodos de la profesión; a saber, el tradicional, de transición y la atención al paciente.³³ Las actividades tradicionales de la profesión se centraban principalmente en la dispensación y suministro de medicamentos, mientras que su interacción con otros profesionales de la salud era algo limitado.⁴ No obstante, la actividad farmacéutica tuvo un cambio significativo desde los años noventa, pues se dio una transfiguración del paradigma de la profesión, con la introducción del término “atención farmacéutica” en 1990, por parte de Hepler y Strand;³⁴ colocando la atención al paciente en el centro de la práctica farmacéutica; dichos autores lo definieron como “la provisión responsable de la terapia farmacológica con el fin de lograr resultados definitivos que mejoren la calidad de vida del paciente; estos resultados son: cura de una enfermedad, eliminación o reducción de la sintomatología de un paciente, detección o ralentización del proceso de una enfermedad, y prevención de una enfermedad o sintomatología”.³⁵ Sin embargo, han surgido nuevas definiciones, destacando la de un grupo en Minnesota (USA) en 1998, citándola como “una práctica en la que el profesional asume la responsabilidad de las necesidades relacionadas con los medicamentos del paciente y es responsable de este compromiso; en el curso de esta práctica, se proporciona una terapia farmacológica responsable con el fin de lograr resultados positivos para el paciente”, otra definición más reciente, es la citada por la Red Europea de Atención Farmacéutica (PCNE), que especifica a la atención farmacéutica como un servicio proporcionado por los farmacéuticos; es decir, como la contribución del farmacéutico al cuidado de las personas para optimizar el uso de los medicamentos y mejorar los resultados en salud.³⁶ Debido a que existen diferentes actividades y servicios prestados en el proceso de atención farmacéutica, no se mencionan actividades específicas como parte de las definiciones antes señaladas.³⁷

La “atención farmacéutica” ha constituido la base de los servicios profesionales disponibles en las oficinas farmacéuticas.³⁸ Por lo que, los servicios de atención farmacéutica comprenden servicios centrados en el paciente destinados a capacitar a los pacientes y/o cuidadores para que se hagan cargo de sus necesidades de medicación y logren el mejor resultado de salud; asimismo, estos servicios están destinados a complementar las prácticas existentes de atención al paciente para hacer que la terapia con medicamentos sea más efectiva y segura.³⁹ Pues, los servicios de atención farmacéutica abarcan un amplio abanico de áreas a través de las cuales el

farmacéutico puede ofrecer ayuda a los pacientes,⁴⁰ es así que este enfoque debe considerarse como un complemento de las actividades actuales de los farmacéuticos, como la gestión de la cadena de suministro y el suministro de medicamentos, incluida la dispensación y la garantía de calidad.⁴¹ además, el desarrollo de las prácticas del farmacéutico que brinda una atención farmacéutica orientada en el paciente conduce a la evaluación de la calidad de los servicios prestados.⁴²

A nivel nacional, el Ministerio de Salud indica que la “atención farmacéutica” comprende los actos del profesional químico farmacéutico para la mejora y el mantenimiento de salud y calidad de vida del paciente; las cuales se efectúen a través de prácticas correctas de dispensación y seguimiento farmacoterapéutico.⁴³

Ante lo anterior expuesto, se detalla sobre la “dispensación de medicamentos”, siendo este un servicio de farmacia clínica que asegura la provisión de medicamentos y otros productos de salud a través del análisis de los aspectos técnicos y legales de la prescripción, la evaluación de las necesidades individuales de salud y la realización de intervenciones en el proceso de uso de medicamentos que incluye asesoramiento y documentación de las intervenciones; así mismo, se describe que dicho proceso promueve el acceso de medicamentos y el uso racional de los mismos; citándose también que la dispensación de medicamentos tiene una influencia positiva en los resultados de salud de los pacientes (resultados clínicos, humanísticos y económicos).⁴⁴ Otra conceptualización de dispensación consiste en considerarla como el proceso de preparación y administración de medicamentos a una persona determinada en función de una prescripción (orden de medicación);¹² además, la dispensación también incorpora todas las acciones que ocurren entre el momento en que se entrega la receta a la farmacia y el momento en que se entregan los medicamentos u otros artículos recetados.²⁹

La dispensación de medicamentos es citada como uno de los núcleos del rol de un farmacéutico en entornos de pacientes hospitalizados y ambulatorios,⁴⁵ y uno de los servicios más demandados por los usuarios en las farmacias comunitarias,⁴⁶ ofreciendo un primer nivel de atención en salud, teniendo una gran transcendencia en la promoción del uso racional de los medicamentos.⁴⁷ El principal propósito de las prácticas de dispensación es promover un uso adecuado de los medicamentos y

lograr el éxito terapéutico esperado.⁴⁸ Cabe mencionar que la dispensación, con el enfoque de la atención farmacéutica, evoluciona el concepto tradicional (más allá de la mera entrega del medicamento y/o productos sanitarios) hacia un nuevo modelo, el cual está enfocado a discriminar la posible existencia de problemas potenciales, e ir acompañada de instrucciones sobre la adecuada utilización de medicina.⁴⁶

Una práctica adecuada de dispensación de medicamentos abarca: la entrega del medicamento correcto al paciente adecuado, garantizando la dosis y las cantidades requeridas, manteniendo un envase que preserve la potencia y la calidad de los medicamentos durante el período especificado, un asesoramiento claro sobre la medicación y un seguimiento adecuado.¹²

El ejercicio profesional del químico farmacéutico en Perú en el acto de dispensación de medicamentos implica brindar uno o más productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios a un paciente o usuario, generalmente en atención a la presentación de una receta dispuesta expedida por el profesional autorizado; asimismo, se educa al paciente respecto a su problema de salud, la importancia de seguir fielmente con su farmacoterapia indicada; además, e incluye la información y orientación dada al usuario o paciente respecto a la utilización adecuada del medicamento, reacciones adversas, interacciones medicamentosas y las condiciones de conservación del producto o dispositivo en su hogar.^{43,49,50}

En el año 2009, el Ministerio de Salud aprueba mediante Resolución Ministerial N°013-2009/MINSA, el “Manual de buenas prácticas de dispensación”,¹⁸ ello para cumplir con el Decreto Supremo N°021-2001-SA;⁵¹ dicho manual agrupa un conjunto de normas con el fin de asegurar el uso adecuado de los medicamentos; estableciendo los criterios, métodos y requisitos para el cumplimiento de las buenas prácticas de dispensación; con ello se busca contribuir a optimizar la salud de la población mediante una correcta y efectiva dispensación en los establecimientos farmacéuticos (privados y públicos) a nivel nacional.¹⁸ Posteriormente, en el año 2017, la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (DIGEMID) publica una primera reimpresión de la edición del 2009.¹⁹ Las disposiciones legales antes mencionadas, exponen que las buenas prácticas de dispensación deben seguirse

de forma exhaustiva y de conformidad con las leyes que rigen la actividad farmacéutica en su conjunto.

Asimismo, expone respecto a las disposiciones específicas de la buena práctica de la dispensación en 4 aspectos:^{18,19}

Primero, del proceso de dispensación: este proceso engloba todas las tareas realizadas por el químico farmacéutico, comenzando por la recepción de la receta y concluyendo con la distribución del medicamento con receta o sin ella, al paciente. La forma correcta de dispensar debe constituir el proceso que asegure el descubrimiento y la reparación de los fallos en todas las fases. Dentro de este proceso se incluye cinco pasos principales; a saber, la recepción de la receta y su posterior validación, un examen y su interpretación de la receta, la selección y preparación de los productos a entregar, los registros, y la entrega de productos e información brindada por el dispensador.^{18,19}

Segundo, del entorno para el servicio de dispensación: un entorno de trabajo adecuado es la base de los procedimientos eficaces de dispensación; estas áreas deben ser limpias, seguras y estar organizados; para garantizar una dispensación correcta y eficaz, es necesario una organización adecuada. Además, destaca tres elementos: ambiente físico, las estanterías y superficies utilizadas durante el trabajo, y el almacenamiento de medicamentos, equipos y de materiales de envasado.^{18,19}

Tercero, del personal: referente a esta indica que el personal encargado de la dispensación y el expendio debe estar debidamente identificado, mantener una higiene personal adecuada y llevar vestimenta limpia y de protección. Asimismo, detalla el cumplimiento de la dispensación para el químico farmacéutico y el personal auxiliar.^{18,19}

Cuarto, de la documentación: esta hace referencia a los documentos de los servicios farmacéuticos que permitirá recoger data estadística que contribuirán a optimizar la asistencia sanitaria en general y en el uso de los fármacos en particular; en este sentido, los establecimientos farmacéuticos deben llevar libros oficiales, los cuales deben estar numerados, actualizados periódicamente y accesibles a los inspectores

(entre ellos el libro de recetas, libro del control de estupefacientes/psicotr6picos y libro de ocurrencias).^{18,19}

Por otro lado, los art6culos 42, 43 y 47 del C6digo de 6tica y deontolog6a del Colegio Qu6mico Farmac6utico del Per6, detallan respecto a la dispensaci6n; primero, que el qu6mico farmac6utico debe asegurar que en el establecimiento donde se preste los servicios cumplan con las buenas pr6cticas demandadas por la autoridad regulatoria; segundo, el profesional debe abstenerse de dispensar o proveer alg6n medicamento/producto farmac6utico cuando haya duda de su seguridad, calidad y eficacia y/o no tenga su registro sanitario vigente; tercero, de la informaci6n al dispensar, una de las funciones de la dispensaci6n es que el profesional debe informar al usuario, con responsabilidad, buen juicio y habilidad profesional, en salvaguarda de la salud, orientando al usuario sobre la administraci6n, uso, dosis de los productos farmac6uticos de calidad, seguros y eficaces, as6 como sus reacciones adversas y condiciones de conservaci6n.⁵²

Por otro lado, la calidad del servicio es un concepto 6nico y abstracto, dif6cil de definir y medir; no obstante, ha sido conceptualizada por diferentes investigadores. Descrita como el juicio o las actitudes generales de los usuarios/clientes hacia los servicios prestados y se refiere a las diferencias y desajuste entre las expectativas de los clientes y sus percepciones del desempe6o del servicio.⁵³ La calidad del servicio se considera uno de los factores m6s importantes para determinar el 6xito de una instituci6n;⁵⁴ ya que la calidad del servicio influye en el valor percibido por los usuarios, su satisfacci6n y fidelidad;^{53,55} en consecuencia est6n las instituciones prestadoras de servicios para adquirir usuarios/clientes altamente satisfechos y fieles, necesitan brindar servicios confiables y precisos que cumplan o superen las expectativas de los usuarios.⁵⁴ El proceso de dispensaci6n es considerado uno de los indicadores de la calidad en relaci6n a la prestaci6n de servicios farmac6uticos.⁵⁶ Las actividades de dispensaci6n deben realizarse con calidad, por lo que es necesario contar con indicadores que permitan evaluar, planificar y dar seguimiento (algunos de estos indicadores son el espacio f6sico, la disponibilidad de recurso humano, formaci6n del recurso, registro de paciente, disponibilidad del procedimiento operativo estandarizado, dispensa activa, materiales informativos entregados a los usuarios, problemas relacionados a medicamentos impacto de la dispensaci6n de

referencia – seguimiento farmacoterapéutico, satisfacción del usuario, entre otros); asimismo, se han desarrollado modelos teóricos para la medición de la dispensación, como el modelo Donabedian (plantea tres aspectos clave: estructura, proceso y resultado),⁴⁷ modelo SERVQUAL (planteó cinco dominios: elementos tangibles, seguridad, empatía, capacidad de respuesta y fiabilidad),⁵⁷ y modelo propuesto por Bermúdez y Cols. (consideraron un conjunto de criterios para la construcción de un mapa teórico; a saber, sistema organizativo de la atención farmacéutica de Reyes y Cols., Modelo Nacional de Farmacia Hospitalaria de México, normas mexicanas para establecimientos dedicados al expendio y suministro de drogas, principios de las buenas prácticas de dispensación, marco de calidad de Donabedian y criterios de los investigadores).⁴⁷

Por otra parte, las directrices conjuntas FIP/OMS sobre las buenas prácticas farmacéuticas: estándares para la calidad de los servicios de farmacia; respecto a la función de la dispensación de productos médicos resalta criterios mínimos para su ejecución: primero, que los farmacéuticos deben asegurarse de brindar instalaciones apropiadas, personal capacitado, prácticas estándar de dispensación y los procedimientos de documentación estén en funcionamiento en el establecimiento para el suministro y dispensación de medicamentos recetados y otros productos para el cuidado de la salud; segundo que los farmacéuticos valoren y evalúen todas las recetas en papel o electrónicas recibidas, considerandos los aspectos terapéuticos, sociales, económicos y legales de la indicación prescrita antes de suministrar productos médicos al paciente (además, siempre que sea posible, se recomienda la sustitución genérica); y tercero, los farmacéuticos deben garantizar la confidencialidad del paciente en el momento de la dispensación y deben brindar asesoramiento para garantizar que el paciente reciba y comprenda suficiente información oral y escrita para obtener máximo beneficio del tratamiento.⁵⁸ Asimismo, a nivel nacional el “Manual de buenas prácticas de dispensación” expone que la adecuada y eficaz dispensación, ofrecerá un servicio de calidad y calidez encaminado al bienestar de los usuarios.¹⁹

Referente a la fidelización de los usuarios es un constructo explorado desde la década de 1930; desde entonces, se han sugerido muchas definiciones.⁵⁹ Destacando, la siguiente: compromiso profundamente arraigado de volver a comprar o volver a

patrocinar un producto o servicio preferido de manera constante en el futuro, lo que provoca compras repetitivas de la misma marca (o conjunto de marcas), a pesar del potencial de las influencias situacionales y los esfuerzos de marketing para causar un comportamiento de cambio.⁶⁰ Es un constructo que recibe gran atención del marketing, considerado un activo a largo plazo, y un resultado comercial clave. Tener usuarios fieles es una opción requerida para varias instituciones debido a su importante papel en la creación de ventajas competitivas sostenibles.⁶¹ Este constructo está constituido por cuatro etapas distintas; a saber, la cognitiva (son los atributos que hacen que los clientes elijan una marca antes que otra), la afectiva (es la simpatía de una marca), la conativa (es la intención del comportamiento de recompra hacia la marca) y la de acción (es cuando la intención se transforma en acción, es así que el cliente vuelve a adquirir productos o servicios).⁶² Los usuarios/clientes fieles ven positivamente a la organización, la respaldan ante otros, participan en la recompra; recomienda a otros individuos (publicidad boca a boca positiva sobre los productos o servicios), suelen concentrar más gastos en las instituciones en las que confían, son más tolerantes cuando se sienten un poco insatisfechos y cuesta menos atender a los clientes fieles que a otros clientes.^{23,63}

El comportamiento fiel se puede explicar en tres etapas; a saber, la recompra (vuelven a comprar y reutilizan el producto y/o servicios), la retención (les resulta difícil cambiar a otros productos y/o servicios) y la recomendación (acto de recomendar los productos y/o servicios a su familia, amigos, colegas y otras personas).²⁴

En el ámbito de la asistencia sanitaria, la lealtad del paciente es muy importante y se puede definir como el compromiso de los pacientes de continuar utilizando los servicios y/o productos en el futuro y recomendarlos a otros pacientes,²⁴ es una construcción compleja;⁶⁴ asimismo, los pacientes fieles aportan un valor económico y son un activo inestimable para los proveedores de atención sanitaria, ya que muestran características de fidelidad cuando siguen comprando líneas de productos y servicios, recomendando a otros y mostrando resistencia a los competidores.²⁴ Por otra parte, se han citado otros beneficios como la agilización del abordaje/atención (evitando largos procesos), atención más eficiente, reducción de costos, menos probabilidad de producir malentendidos entre los proveedores y mejores

probabilidades de que el paciente cumpla con su obligación durante todo el proceso de atención; en última instancia, eso significa mejores resultados de salud.⁶⁴

Investigadores han intentado proporcionar conceptualizaciones teóricas y empíricas de lealtad con el fin de ayudar a entender los componentes clave del constructo; distinguiendo una o dos facetas, y otros destacan la complejidad y multidimensionalidad de la fidelización.⁶⁵ No obstante, para fines de este estudio se considera como cinco dimensiones: diferenciación (hace referencia a la estrategia de una organización, mostrando al servicio/producto como únicos, distintos, valoración, equidad y proporcionalidad), personalización (hace referencia, a que cada usuario es distinto y necesita de particularidades de un determinado servicio/producto; el conocimiento de estas pautas proporcionarán a la organización las preferencias y necesidades de los usuarios), satisfacción (comprende todas las particularidades del producto/servicio que el usuario percibe y que producen un determinado placer), fidelidad (es aquel compromiso por parte del usuario al servicio/producto; con ello se pretende que la organización cumpla con los requisitos y promesas establecidas) y habitualidad (hace referencia al número, volumen, cuantía, durabilidad, con la que los usuarios efectúan sus compras).^{66,67}

Se han desarrollado una gama de instrumentos de evaluación de la lealtad del cliente/usuario en las últimas décadas; estos pueden clasificarse en conductuales, actitudinales y multidimensionales.⁵⁹

En el ámbito farmacéutico, el desempeño y el éxito sostenible de un establecimiento farmacéutico dependen de su competitividad y su capacidad para atraer, retener y satisfacer a los consumidores. Es así que la aplicación de estrategias de marketing destinadas a desarrollar la lealtad hacia el establecimiento puede ser un camino estratégico apropiado para el entorno del mercado competitivo.⁶⁸ Por otra parte, en este contexto, existen factores variados y relevantes que pueden influir en la fidelización del usuario;⁶⁹ los factores propios del usuario (edad, sexo, estatus socioeconómico, ingreso, cambios de costos), los factores del proveedor de servicios (calidad, precio, marketing, locación, reputación, variedad, innovación, etc.) y los factores ambientales (competitividad, bienestar económico y apoyo social);

asimismo, destaca factores como la calidad del servicio y comportamiento del farmacéutico.⁶⁸

Finalmente, cabe resaltar que los farmacéuticos como cualquier otro profesional de la salud, son responsables de brindar atención segura y ética al público en todo momento de acuerdo con los estándares profesionales;⁷⁰ además el farmacéutico reconoce que el paciente debe recibir un servicio de calidad, con medicamentos eficaces y seguros, de manera confidencial en el marco de un servicio farmacéutico institucionalizado y profesional.⁷¹ Por lo tanto, los farmacéuticos deben brindar una mejor calidad de servicio a los pacientes; a cambio, el paciente será fiel al profesional,⁷² estarán satisfechos y generará resultados positivos para los establecimientos.^{72,73}

Luego de haber expuesto la realidad problemática de la investigación, se planteó la siguiente formulación del problema: ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio de dispensación y fidelización de los usuarios de la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022?

Además, el estudio se justifica, porque se ha observado que hay reducidas investigaciones a nivel nacional (principalmente) e internacional, sobre un tema muy importante, que debería ser de estudios frecuentes respecto a la cadenas de farmacias, oficinas farmacéuticas y boticas; debido a que, las buenas prácticas de dispensación garantizan que se proporcione una forma efectiva del medicamento correcto al paciente, así como, referente a la fidelización, tener usuarios fieles es una opción requerida para varias instituciones, debido al papel importante en la creación de ventajas competitivas sostenibles.⁶¹

El objetivo general 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.

Objetivos específicos: Determinar la relación entre la calidad de servicio referido al proceso de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022. Determinar la relación entre la calidad de

servicio referido al entorno para el servicio de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022. Determinar la relación entre la calidad de servicio referido al personal y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022. Determinar la fidelización respecto a la diferenciación de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022. Determinar la fidelización respecto a la personalización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022. Determinar la fidelización respecto a la satisfacción de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022. Determinar la fidelización respecto a la fidelidad de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022. Determinar la fidelización respecto a la habitualidad de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022.

La hipótesis general fue: Existe 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; luego, las hipótesis específicas fueron: Existe relación entre la calidad de servicio referido al proceso de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022; Existe relación entre la calidad de servicio referido al entorno para el servicio de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022; Existe relación entre calidad de servicio referido al personal y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022.

II. MÉTODO

II.1 Tipo y diseño de investigación

II.1.1 Tipo de investigación

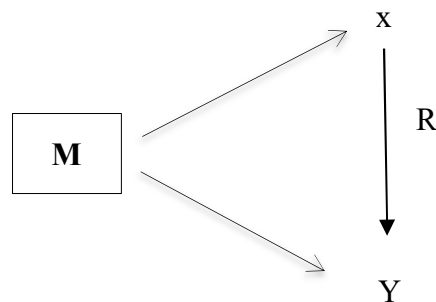
El estudio fue de tipo:

- Básica, porque se buscó poner en evidencia una teoría sin tener ningún propósito de aplicar los resultados a cuestiones prácticas.⁷⁴
- Prospectivo, porque se utiliza a las unidades de la muestra en el período actual.⁷⁵
- Observacional, porque sólo se observó a las variables, no se manipuló.⁷⁶
- Transversal, porque la evaluación de las variables se realizó en un instante preciso.⁷⁵

II.1.2 Diseño de investigación

En el estudio se utilizó un diseño no - experimental descriptivo correlacional.

Tuvo el siguiente diseño:



Representa:

- M = La muestra.
- X = La variable calidad de servicio en dispensación.
- Y = La variable fidelización.
- R = La relación entre variables.

II.1.3 Variables

- Variable independiente

Calidad de servicio en dispensación

● Dimensiones

- Proceso de dispensación.
- Entorno para el servicio de dispensación.
- Personal.

● Indicadores

- Recepción y validación de la prescripción.
- Análisis e interpretación de la prescripción.
- Preparación y selección de los productos.
- Registros.
- Entrega de los productos e información.

- Ambiente físico
- Estanterías y superficies utilizadas.
- Equipo y materiales de envasado.

- Apariencia
- Disponibilidad.
- Fiabilidad.
- Comportamiento.

- Variable dependiente

Fidelización.

● Dimensión

- Diferenciación.
- Personalización.
- Satisfacción.
- Fidelidad.

- Habitualidad.

- **Indicadores**

- Distinción.
- Valoración.
- Proporcionalidad.
- Equidad.

- Reconocimiento.
- Identificación.
- Adaptación.

- Expectativas.
- Percepción.
- Capacidad de respuesta.

- Compromiso.
- Cumplimiento

- Repetición.
- Frecuencia.
- Duración.
- Antigüedad.
- Volumen.

2.2 Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensión	Indicador	Escala	Tipo	Valor
<p>Variable Independiente</p> <p>Calidad de servicio en dispensación</p>	<p>Juicio o actitudes generales de los usuarios hacia los servicios prestados.⁵³ En el proceso de dispensación, la normativa legal nacional dispone criterios de la buena práctica de la dispensación.^{18,19}</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Proceso de dispensación. - Entorno para el servicio de dispensación. - Personal. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recepción y validación de la prescripción ▪ Análisis e interpretación de la prescripción ▪ Preparación y selección de los productos ▪ Registro ▪ Entrega de los productos e información ▪ Ambiente físico ▪ Estanterías y superficies utilizadas ▪ Equipo y materiales de envasado ▪ Apariencia ▪ Disponibilidad ▪ Fiabilidad ▪ Comportamiento 	Nominal	Cualitativa	<ul style="list-style-type: none"> • Totalmente de acuerdo = 5 • De acuerdo = 4 • Indeciso = 3 • En desacuerdo = 2 • Totalmente en desacuerdo = 1

<p>Variable Dependiente</p> <p>Fidelización del usuario</p>	<p>Compromiso profundamente arraigado de volver a comprar o volver a usar el producto o servicio preferido de manera constante en el futuro, provocando compras repetitivas de la misma, a pesar del potencial de las influencias situacionales y los esfuerzos de marketing para causar un comportamiento de cambio.⁶⁰</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Diferenciación - Personalización. - Satisfacción. - Fidelidad. - Habitualidad. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Distinción ▪ Valoración ▪ Proporcionalidad ▪ Equidad ▪ Reconocimiento ▪ Identificación ▪ Adaptación ▪ Expectativas ▪ Percepción ▪ Capacidad de respuesta ▪ Compromiso ▪ Cumplimiento ▪ Repetición ▪ Frecuencia ▪ Duración ▪ Antigüedad ▪ Volumen 	<p>Nominal</p>	<p>Cualitativo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Totalmente de acuerdo = 5 • De acuerdo = 4 • Indeciso = 3 • En desacuerdo = 2 • Totalmente en desacuerdo = 1
--	--	--	--	----------------	--------------------	--

2.3 Población, muestra y muestreo

2.3.1 Población

La investigación tuvo una población conformada por usuarios que acudieron a la botica F&C Farma, Collique - Comas, durante los meses de junio y julio de 2022.

2.3.2 Muestra

El estudio tuvo una muestra constituida de manera no probabilística por conveniencia; conformada por 120 usuarios que acudieron a la botica F&C Farma, Collique - Comas, durante los meses de junio y julio de 2022; y que acataron los criterios de selección.

- Criterios de inclusión

- Usuarios que acudieron a la botica F&C Farma, Collique - Comas.
- Usuarios mayores de edad comprendidos de 18 a 60 años.
- Usuarios de sexo femenino y masculino.
- Usuarios que firmaron el consentimiento informado autorizando participar en el estudio.

- Criterios de exclusión

- Usuarios que acudieron a otras boticas que no figuró en el estudio.
- Usuarios que padezcan de trastornos psicoemocionales.
- Usuarios que no aceptaron participar en la investigación.

2.3.3 Muestreo

En el estudio se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia (intencional), la unidad de análisis fue el usuario que acudió a la botica F&C Farma, Collique - Comas.

2.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Con referencia a la técnica se utilizó, la encuesta. Dicha encuesta constó de dos cuestionarios, el primero referido a la calidad de servicio en dispensación que indicaron los usuarios externos que acudieron a la botica F&C Farma; se usó la escala de Likert con cinco respuestas para elegir. El segundo cuestionario, hizo referencia a la fidelización de los usuarios de la citada botica, también con cinco alternativas de respuesta.

En cuanto al instrumento que se usó en la ejecución del estudio, ambos cuestionarios fueron utilizados en la investigación que realizó la bachiller Maritza Vidal Becerra, para optar por el grado de Maestro en Administración de Negocios - MBA, en la Escuela de Posgrado, de la Universidad César Vallejo, Chimbote – Perú, 2020; habiendo realizado en la escala valorativa el contenido de las respuestas, más no el puntaje de valoración.

El primer cuestionario sobre calidad de atención en dispensación, estuvo compuesto por 20 preguntas, para la dimensión proceso de dispensación nueve preguntas, para la dimensión entorno para el servicio de dispensación seis preguntas, para la dimensión personal cinco preguntas; fueron politómicas y de tipo cerradas, se usó la escala de Likert y se valoró las respuestas de la siguiente manera: Totalmente de acuerdo 5, De acuerdo 4, Indeciso 3, En desacuerdo 2 y Totalmente en desacuerdo 1. Por otra parte, la escala de medición de la variable fue: Buena de 75 a 100, Regular de 49 a 74 y Mala de 20 a 48. A nivel de las dimensiones la valoración correspondió: para la dimensión proceso de la dispensación, Buena de 34 a 45, Regular de 22 a 33 y Mala de 20 a 48; para la dimensión entorno para el servicio de dispensación, Buena 22 a 30, Regular de 15 a 21 y Mala de 06 a 14 y para la dimensión personal, Buena de 19 a 25, Regular de 12 a 18 y Mala de 05 a 11. Respecto al cuestionario referido a la fidelización del usuario, fue conformado por 20 preguntas, para la dimensión diferenciación cuatro preguntas, para la dimensión personalización cuatro preguntas, para la dimensión satisfacción tres preguntas, para la dimensión fidelidad cuatro preguntas y para la dimensión habitualidad cinco preguntas; las respuestas fueron de tipo politómicas y cerradas, se utilizó la escala de Likert y

las respuestas fueron valoradas de la siguiente forma: Totalmente de acuerdo 5, De acuerdo 4, Indeciso 3, En desacuerdo 2 y Totalmente en desacuerdo 1. Asimismo, la escala de medición de la variable fue: Buena de 75 a 100, Regular de 49 a 74 y Mala de 20 a 48. A nivel de las dimensiones la valoración fue: para la dimensión diferenciación, Buena de 15 a 20, Regular de 10 a 14 y Mala de 04 a 09; para la dimensión personalización, Buena de 15 a 20, Regular de 10 a 14 y Mala de 04 a 09; para la dimensión satisfacción, Buena de 11 a 15, Regular de 06 a 10 y Mala de 03 a 05, para la dimensión fidelización, Buena de 15 a 20, Regular de 10 a 14 y Mala de 04 a 09 y para la dimensión habitualidad, Buena de 19 a 25, Regular de 12 a 18 y Mala de 05 a 11 (elaboración de las tesis). La validez del instrumento fue mediante Juicio de expertos, en número de tres profesionales, que tuvieron grado académico de Maestro y Doctor, además de conocimiento en investigación, sobre todo en metodología. Respecto a la confiabilidad del instrumento, se realizó una prueba piloto considerando el 10% de la muestra, mediante la prueba estadística Alfa de Cronbach.

2.5 Procedimiento de recolección de datos

El proyecto de la investigación fue presentado en la Oficina de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias de la Salud, de la Universidad Privada de Huancayo Franklin Roosevelt, con la finalidad de su conformidad y continuación con la elaboración del estudio.

Asimismo, con la conformidad de la mencionada oficina, se nombró al asesor del estudio, para que conjuntamente con las tesis, continúen hasta el informe final de la investigación.

Luego, se requirió la autorización del propietario de la Botica F&C Farma. Al ser concedido el permiso correspondiente se contactó con los usuarios que acudieron a la citada botica, a fin de explicarle el objetivo del estudio y después de contestar sus preguntas, se les hizo entrega del consentimiento informado, para que posterior a su lectura y entendimiento y con su firma, aceptaron participar en la investigación. A continuación, se le hizo entrega de la encuesta a los usuarios para que contesten las preguntas planteadas; para ello contaron

con 15 a 20 minutos para su desarrollo. Las tesisas estuvieron presentes en todo momento. Al terminar el llenado de los cuestionarios, se recogieron, para su revisión y ordenamiento, para luego procesar los datos obtenidos.

2.6 Método de análisis de datos

Primero, se preparó una base de datos en una laptop marca Hp, se utilizó el programa Microsoft Excel 2020; a continuación, se elaboró una estadística descriptiva de acuerdo a las dimensiones planteadas en la investigación; posteriormente se realizó una estadística inferencial, para examinar la correlación de las variables. Para procesar los datos que se obtuvieron, se usó el programa estadístico SPSS versión 25.0; se elaboraron tablas de frecuencia y porcentaje, así como, Alfa de Cronbach. Posteriormente los resultados son presentados en tablas y figuras.

2.7 Aspectos éticos

Referente a este punto, se consideró los principios de bioética, como Autonomía, la libertad que tiene el usuario de tomar su propia decisión mediante la firma del consentimiento informado; Beneficencia, porque se buscó para el usuario todo el bien posible; No maleficencia, porque el usuario no tuvo daño físico y/o moral; Justicia, porque en todo instante se trató de ser equitativo y justo con el usuario. También, se tomó en cuenta la Declaración de Helsinki. Además, se consideró el principio de confidencialidad, preservando el anonimato del usuario en todo el desarrollo del estudio. Se acató el derecho de autor, haciendo todas las citas bibliográficas donde requirió el estudio. Luego, se sometió el informe de tesis a la prueba de similitud, cumpliendo con el valor máximo de hasta el 40%.

Se solicitó el permiso, para realizar la ejecución del proyecto al propietario de la botica F&C Farma Collique - Comas. Toda la información descrita en el estudio fue veraz y real. La investigación fue elaborada siguiendo las pautas que contiene la Guía de Elaboración de trabajo de investigación y tesis de pregrado (GETIP), preparado por la Dirección de Investigación de la universidad.

III. RESULTADOS

Tabla N°01

Distribución de participantes según edad

	Frecuencia	Porcentaje
18 - 30 años	27	22.5%
31 - 40 años	49	40.8%
41 - 50 años	31	25.8%
51 - 60 años	13	10.8%
Total	120	100%

En la Tabla N°01, se apreció que las personas de 18 a 30 años representan el 22.5% (N°=27), de 31 a 40 años el 40.8% (N°=49), de 41 a 50 años el 25.8% (N°=31) y de 51 a 60 años el 10.8% (N°=13).

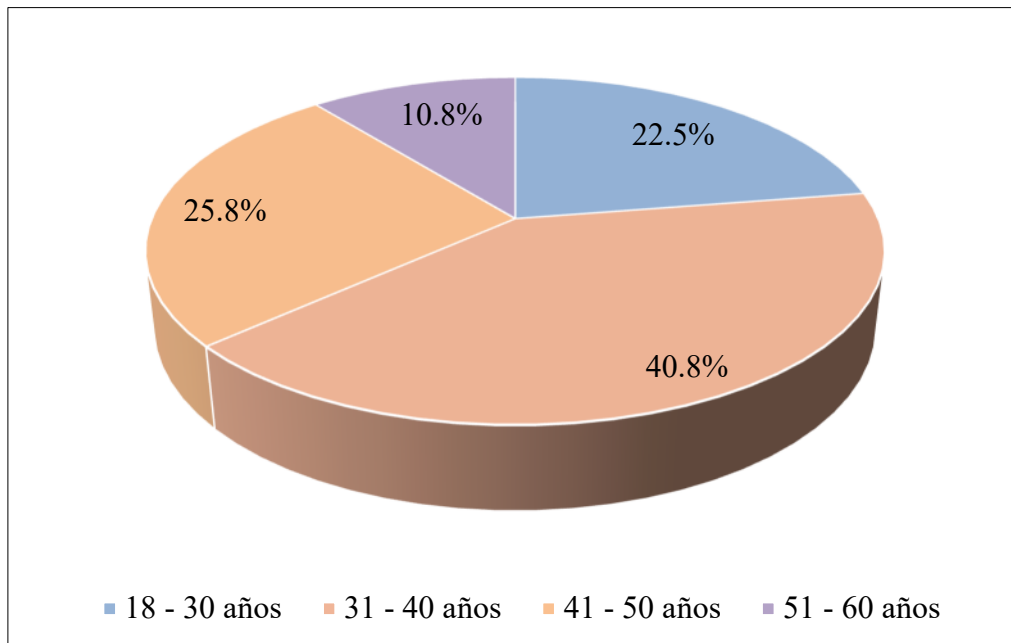


Figura N°01

Distribución de participantes según edad

Tabla N°02

Distribución de participantes según sexo

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	62	51.7%
Femenino	58	48.3%
Total	120	100%

En la Tabla N°02, se observó que las personas de sexo masculino representan el 51.7% (N°=62) y de femenino el 48.3% (N°=58).

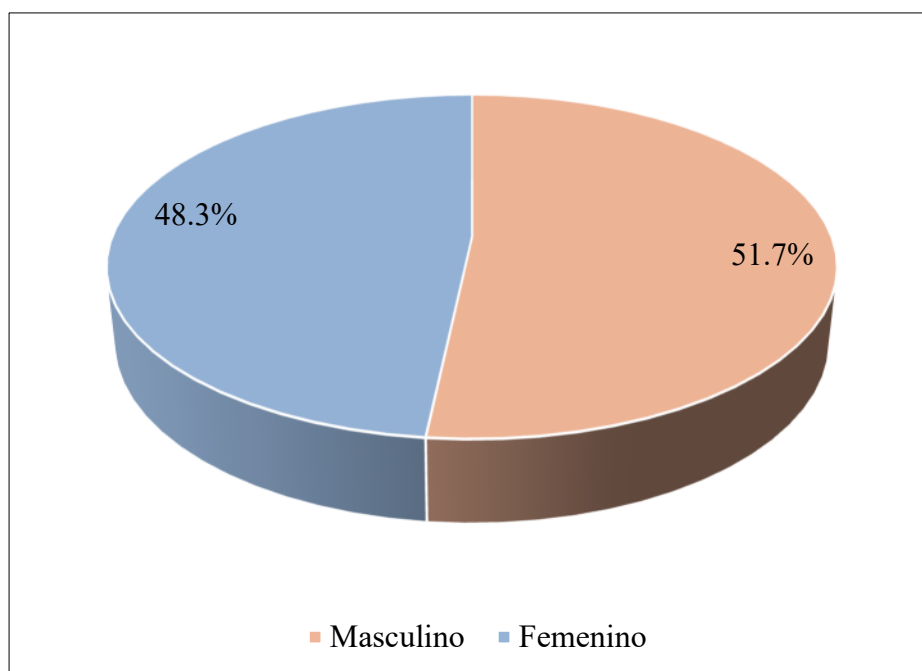


Figura N°02

Distribución de participantes según sexo

Tabla N°03

Distribución de participantes según estado civil

	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	53	44.2%
Casado	19	15.8%
Viudo	2	1.7%
Divorciado	2	1.7%
Conviviente	44	36.7%
Total	120	100%

En la Tabla N°03, se apreció que las personas solteras representan el 44.2% (N°=53), casadas el 15.8% (N°=19), viudas el 1.7% (N°=2), divorciadas el 1.7% (N°=2) y convivientes el 36.7% (N°=44).

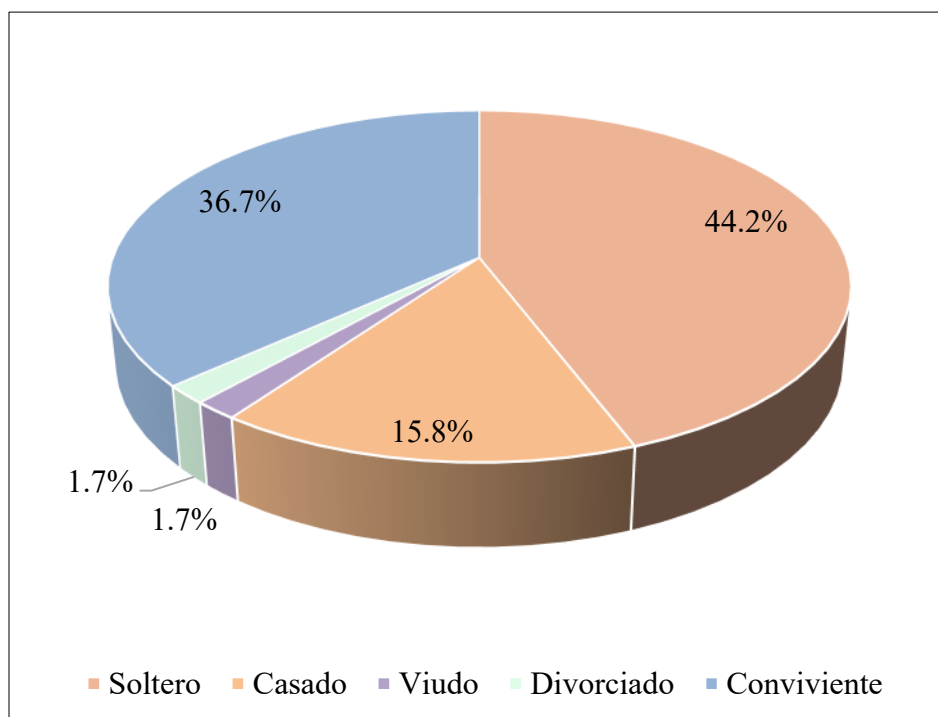


Figura N°03

Distribución de participantes según estado civil

Tabla N°04

Distribución de participantes según grado de instrucción

	Frecuencia	Porcentaje
No tiene	11	9.2%
Primaria	19	15.8%
Secundaria	50	41.7%
Superior	40	33.3%
Total	120	100%

En la Tabla N°04, se observó que las personas que no tiene ningún grado de instrucción representan el 9.2% (N°=11), con primaria el 15.8% (N°=19), secundaria el 41.7% (N°=50) y superior el 33.3% (N°=40).

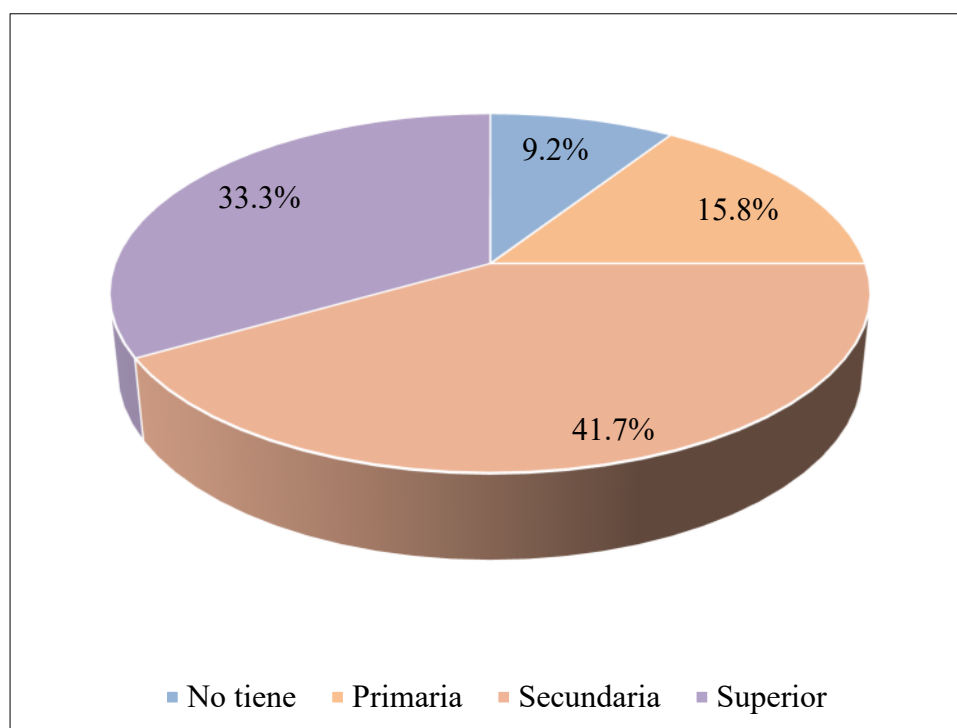


Figura N°04

Distribución de participantes según grado de instrucción

Tabla N°05

Distribución de participantes según nivel económico

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	39	32.5%
Medio	71	59.2%
Alto	10	8.3%
Total	120	100%

En la Tabla N°05, se apreció que las personas con un nivel económico bajo representan el 32.5% (N°=39), nivel medio el 59.2% (N°=71) y nivel alto el 8.3% (N°=10).

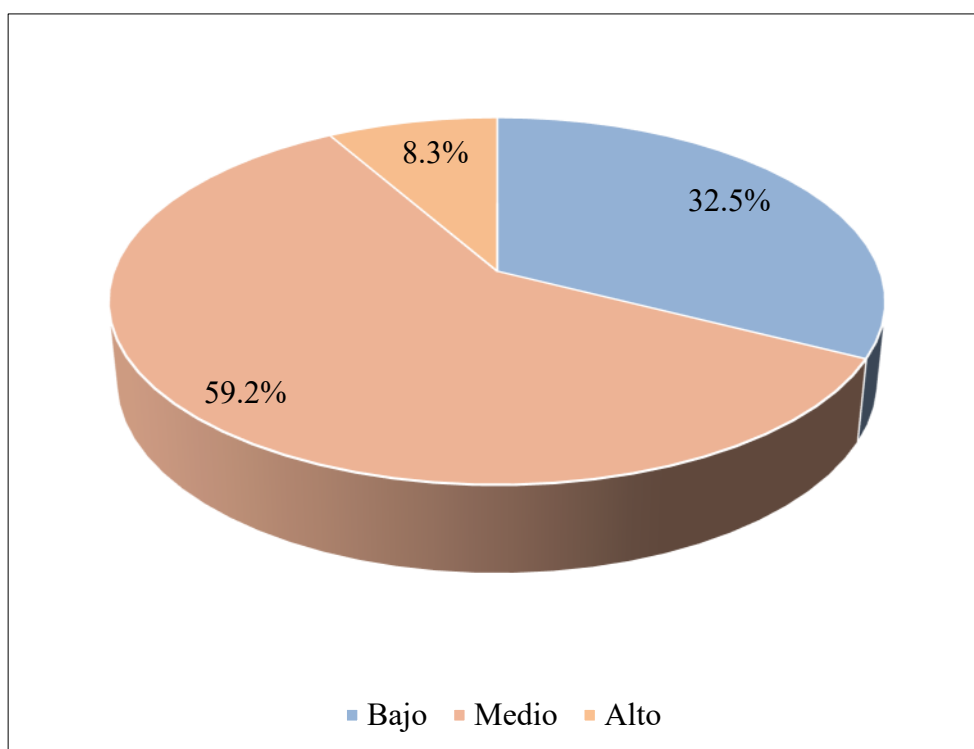


Figura N°05

Distribución de participantes según nivel económico

Tabla N°06

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

			Fidelización de los usuarios		Total	p-valor
			Regular	Buena		
Calidad de servicio	Regular	n	3	17	20	0.473*
		%	2.5%	14.2%	16.7%	
	Buena	n	6	94	100	
		%	5%	78.3%	83.3%	
	Total	n	9	111	120	
		%	7.5%	92.5%	100%	

* Rho de Spearman

En la Tabla N°06, se apreció que los usuarios indican que la calidad de servicio es buena y la fidelización de los usuarios es buena representan el 78.3% (N°=94); seguido de la calidad de servicio regular y la fidelización de los usuarios es buena el 14.2% (N°17). No existe significancia ($p > 0.05$) entre la calidad de servicio en dispensación y fidelización de los usuarios.

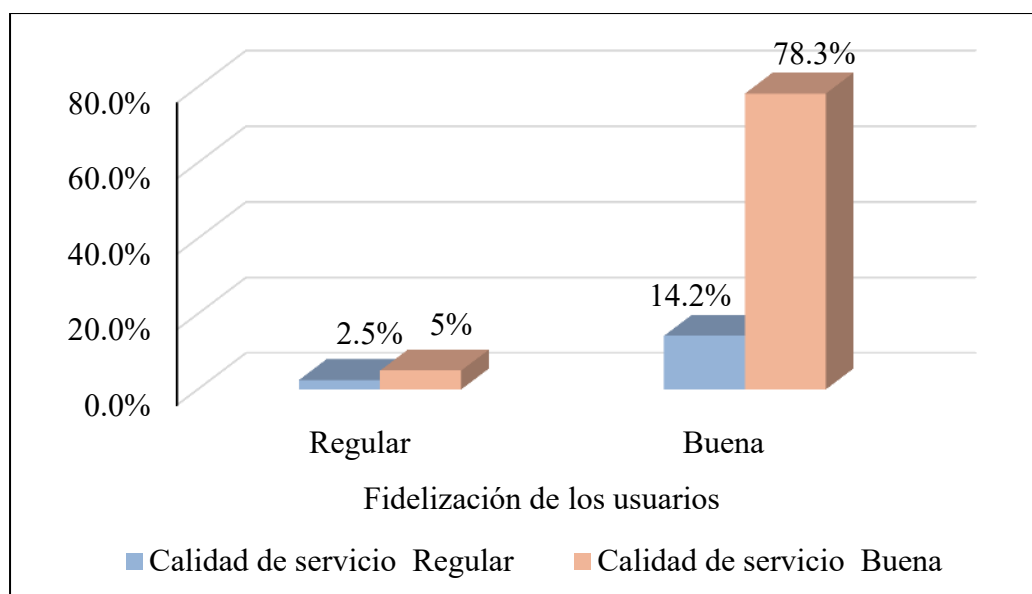


Figura N°06

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

Tabla N°07

Relación entre la calidad de servicio referido al proceso de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022

			Fidelización de los usuarios		Total	p-valor
			Regular	Buena		
Proceso de dispensación	Regular	n	9	111	120	0.802*
		%	7.5%	92.5%	100%	
	Total	n	9	111	120	
		%	7.5%	92.5%	100%	

* Rho de Spearman

En la Tabla N°07, se observó que los usuarios que indican que el proceso de dispensación es bueno y la fidelización de los usuarios es bueno representan el 92.5% (N°=111); seguido de los que indican que el proceso de dispensación es regular y la fidelización de los usuarios es regular representan el 7.5% (N°=9). No existe significancia estadística ($p > 0.05$) entre el proceso de dispensación y la fidelización de los usuarios.

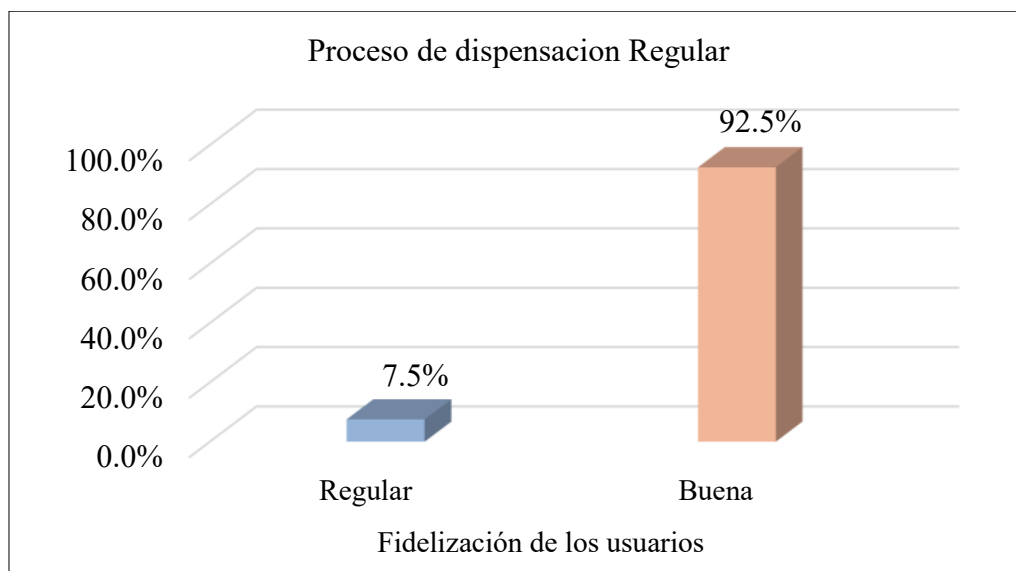


Figura N°07

Relación entre la calidad de servicio referido al proceso de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022

Tabla N°08

Relación entre la calidad de servicio referido al entorno para el servicio de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022

			Fidelización de los usuarios		Total	p-valor
			Regular	Buena		
Entorno para el servicio de dispensación	Buena	n	9	111	120	0.959*
		%	7.5%	92.5%	100%	
	Total	n	9	111	120	
		%	7.5%	92.5%	100%	

* Rho de Spearman

En la Tabla N°08, se apreció que los usuarios que indican que el entorno para el servicio de dispensación es bueno y la fidelización de los usuarios es bueno representan el 92.5% (N°=111); seguido de los que indican que el entorno para el servicio de dispensación es bueno y la fidelización de los usuarios es regular representan el 7.5% (N°=9). No existe significancia estadística ($p > 0.05$) entre el entorno para el servicio de dispensación y la fidelización de los usuarios.

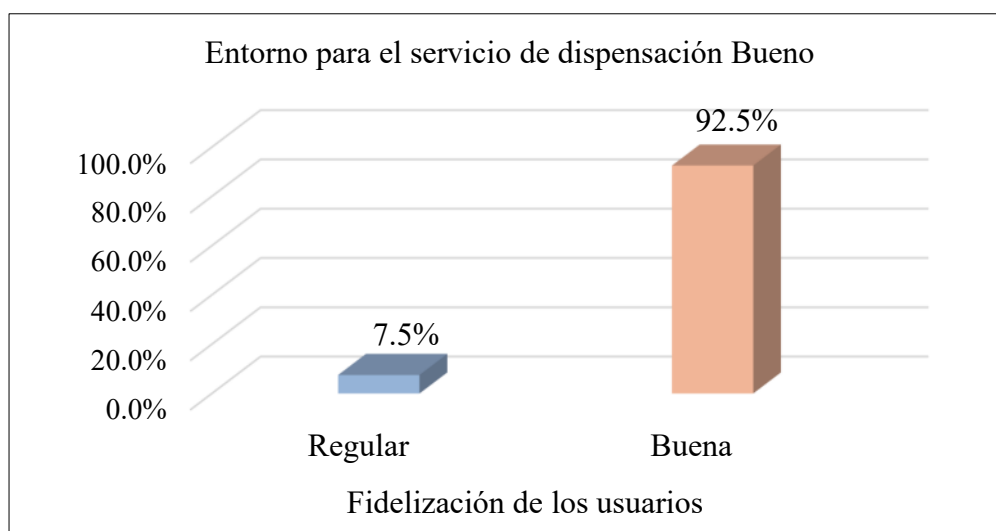


Figura N°08

Relación entre la calidad de servicio referido al entorno para el servicio de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022

Tabla N°09

Relación entre la calidad de servicio referido al personal y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022

			Fidelización de los usuarios		Total	p-valor
			Regular	Buena		
Calidad de servicio referido al personal	Regular	n	6	29	35	0.191*
		%	5%	24.2%	29.2%	
	Buena	n	3	82	85	
		%	2.5%	68.3%	70.8%	
	Total	n	9	111	120	
		%	7.5%	92.5%	100%	

* Rho de Spearman

En la Tabla N°09, se apreció que los usuarios que indican que la calidad de servicio referido al personal es buena y la fidelización de los usuarios es buena representan el 68.3% (N°=82); seguido de los que indican que la calidad de servicio referido al personal es regular y la fidelización de los usuarios es buena representan el 24.2% (N°=29). No existe significancia estadística ($p > 0.05$) entre la calidad de servicio referido al personal y la fidelización de los usuarios.

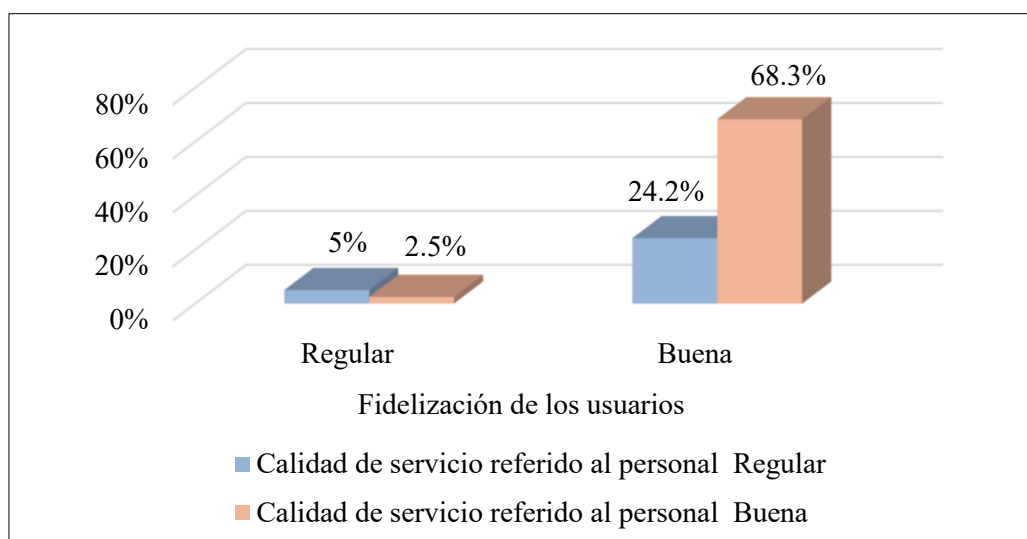


Figura N°09

Relación entre la calidad de servicio referido al personal y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022

Tabla N°10

Fidelización respecto a la diferenciación de los usuarios que acuden a la Botica F&C
Farma, Collique - Comas, año 2022

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	8	6.7%
Buena	112	93.3%
Total	120	100%

En la Tabla N°10, se observó que en mayoría la fidelización fue buena en un 93.3% (N°=112) de los usuarios, seguido de una fidelización regular en un 6.7% (N°=8).

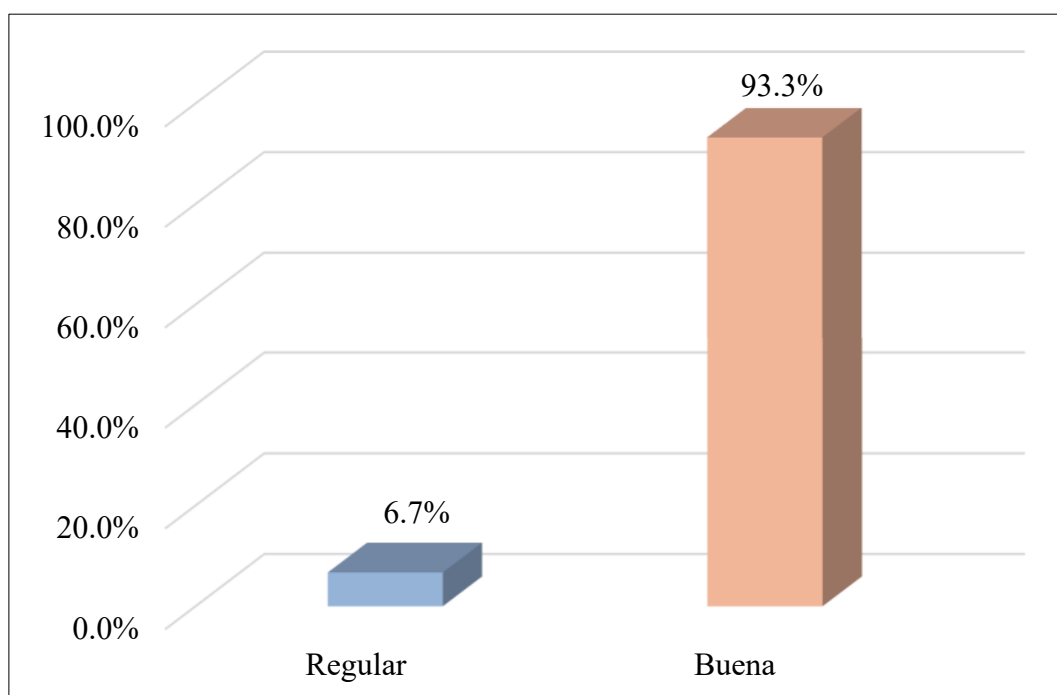


Figura N°10

Fidelización respecto a la diferenciación de los usuarios que acuden a la Botica F&C
Farma, Collique - Comas, año 2022

Tabla N°11

Fidelización respecto a la personalización de los usuarios que acuden a la Botica F&C
Farma, Collique - Comas, año 2022

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	23	19.2%
Buena	97	80.8%
Total	120	100%

En la Tabla N°11, se apreció que en mayoría la fidelización fue buena en un 80.8% (N°=97) de los usuarios, seguido de una fidelización regular en un 19.2% (N°=23).

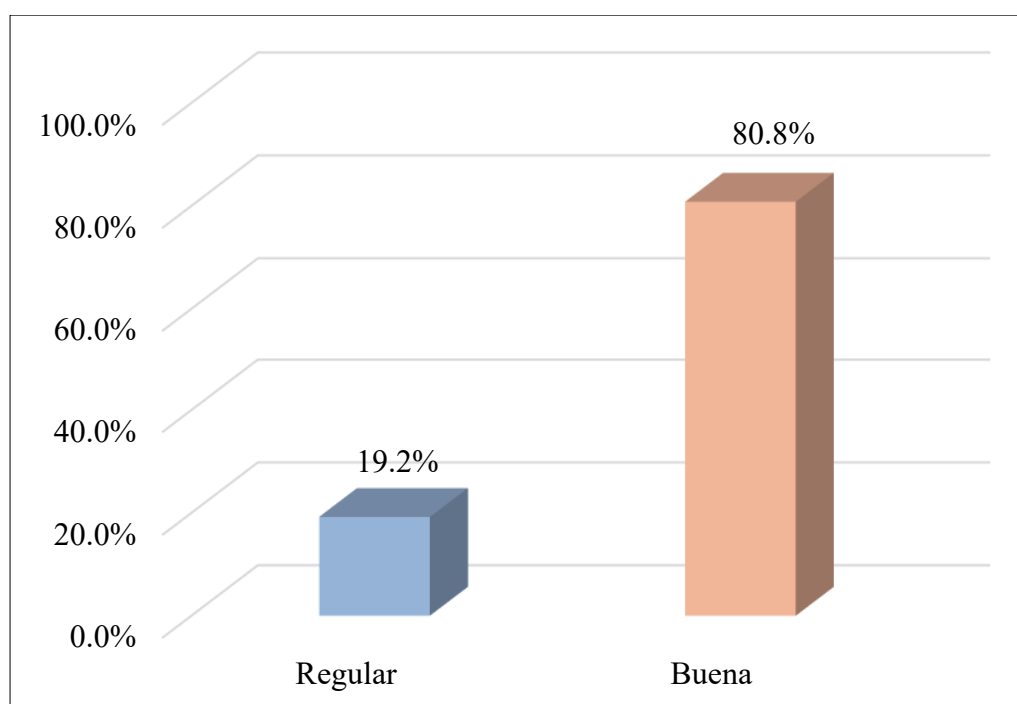


Figura N°11

Fidelización respecto a la personalización de los usuarios que acuden a la Botica F&C
Farma, Collique - Comas, año 2022

Tabla N°12

Fidelización respecto a la satisfacción de los usuarios que acuden a la Botica F&C
Farma, Collique - Comas, año 2022

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	46	38.3%
Buena	74	61.7%
Total	120	100%

En la Tabla N°12, se observó que en mayoría la fidelización fue buena en un 61.7% (N°=74) de los usuarios, seguido de una fidelización regular en un 38.3% (N°=46).

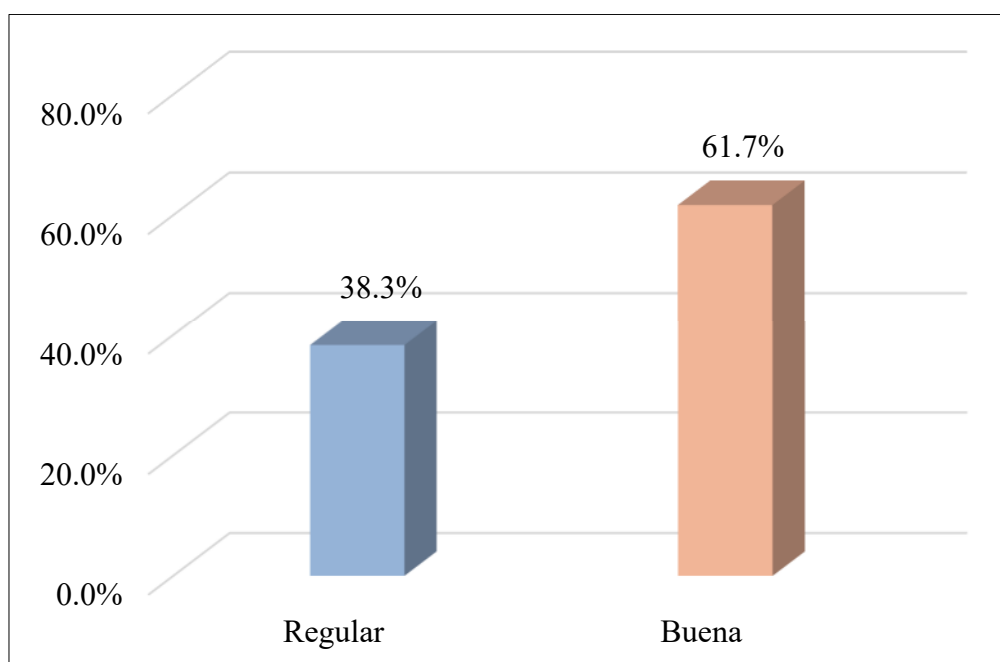


Figura N°12

Fidelización respecto a la satisfacción de los usuarios que acuden a la Botica F&C
Farma, Collique - Comas, año 2022

Tabla N°13

Fidelización respecto a la fidelidad de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma,
Collique - Comas, año 2022

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	7	5.8%
Buena	113	94.2%
Total	120	100%

En la Tabla N°13, se apreció que en mayoría la fidelización fue buena en un 94.2% (N°=113) de los usuarios, seguido de una fidelización regular en un 5.8% (N°=7).

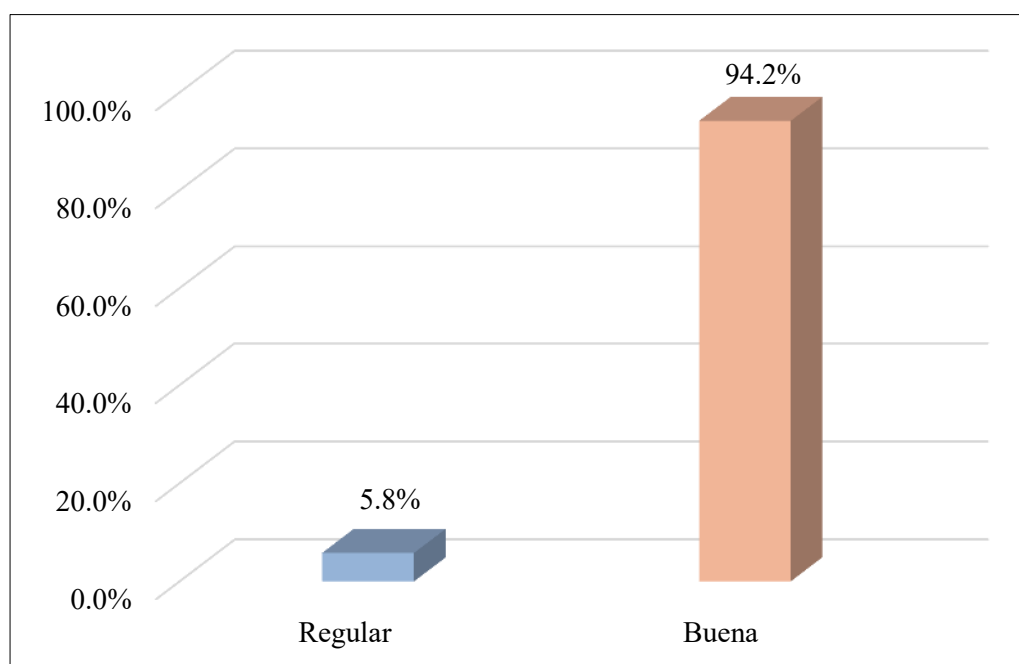


Figura N°13

Fidelización respecto a la fidelidad de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma,
Collique - Comas, año 2022

Tabla N°14

Fidelización respecto a la habitualidad de los usuarios que acuden a la Botica F&C
Farma, Collique - Comas, año 2022

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	12	10%
Buena	108	90%
Total	120	100%

En la Tabla N°14, se observó que en mayoría la fidelización fue buena en un 90% (N°=108) de los usuarios, seguido de una fidelización regular en un 10% (N°=12).

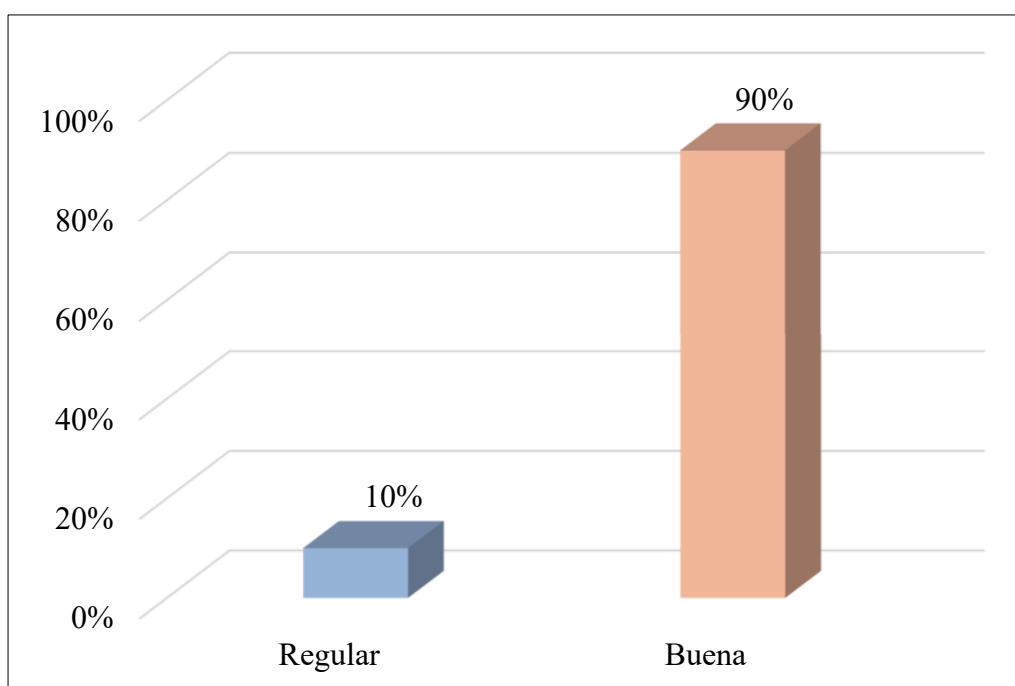


Figura N°14

Fidelización respecto a la habitualidad de los usuarios que acuden a la Botica F&C
Farma, Collique - Comas, año 2022

Contrastación de Hipótesis

- Formulación de hipótesis general

- **H₀**: No existe 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.
- **H_a**: Existe 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.

H₀: Hipótesis nula, H_a: Hipótesis alterna

Establecer el nivel de significancia

Para la presente investigación se decidió trabajar con un nivel de confianza del 95%, correspondiente a un nivel de significancia (α) de 5% = 0.05.

Determinación del estadígrafo utilizado

Mediante la prueba Rho de Spearman, se determinará 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.

	Sig. asintótica
Rho de Spearman	0.473

Nivel de significancia = 0.05

Decisión

El resultado de la prueba Rho de Spearman el p-valor = 0.473 ($p > 0.05$), se acepta la hipótesis nula es decir **No existe 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.**

- Formulación de hipótesis específica 1

- **H₀**: No existe relación entre la calidad de servicio referido al proceso de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022.
- **H_a**: Existe relación entre la calidad de servicio referido al proceso de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022.

H₀: Hipótesis nula, H_a: Hipótesis alterna

Establecer el nivel de significancia

Para la presente investigación se decidió trabajar con un nivel de confianza del 95%, correspondiente a un nivel de significancia (α) de $5\% = 0.05$.

Determinación del estadígrafo utilizado

Mediante la prueba Rho de Spearman, se determinará la relación entre la calidad de servicio referido al proceso de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022.

	Sig. asintótica
Rho de Spearman	0.802

Nivel de significancia = 0.05

Decisión

El resultado de la prueba Rho de Spearman el p-valor = 0.802 ($p > 0.05$), se acepta la hipótesis nula es decir **No existe relación entre la calidad de servicio referido al proceso de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022.**

- Formulación de hipótesis específica 2

- **H₀**: No existe relación entre la calidad de servicio referido al entorno para el servicio de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022.

- **H_a**: Existe relación entre la calidad de servicio referido al entorno para el servicio de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022.

Ho: Hipótesis nula, Ha: Hipótesis alterna

Establecer el nivel de significancia

Para la presente investigación se decidió trabajar con un nivel de confianza del 95%, correspondiente a un nivel de significancia (α) de 5% = 0.05.

Determinación del estadígrafo utilizado

Mediante la prueba Rho de Spearman, se determinará la relación entre la calidad de servicio referido al entorno para el servicio de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022.

	Sig. asintótica
Rho de Spearman	0.959

Nivel de significancia = 0.05

Decisión

El resultado de la prueba Rho de Spearman el p-valor = 0.959 ($p > 0.05$), se acepta la hipótesis nula es decir **No existe relación entre la calidad de servicio referido al entorno para el servicio de dispensación y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022.**

– Formulación de hipótesis específica 3

- **H₀**: No existe relación entre la calidad de servicio referido al personal y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022.

- **H_a**: Existe relación entre la calidad de servicio referido al personal y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022.

H₀: Hipótesis nula, H_a: Hipótesis alterna

Establecer el nivel de significancia

Para la presente investigación se decidió trabajar con un nivel de confianza del 95%, correspondiente a un nivel de significancia (α) de 5% = 0.05.

Determinación del estadígrafo utilizado

Mediante la prueba Rho de Spearman, se determinará la relación entre la calidad de servicio referido al personal y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022.

	Sig. asintótica
Rho de Spearman	0.191

Nivel de significancia = 0.05

Decisión

El resultado de la prueba Rho de Spearman el p-valor = 0.191 ($p > 0.05$), se acepta la hipótesis nula es decir **No existe relación entre la calidad de servicio referido al personal y fidelización de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022.**

IV. DISCUSIÓN

La investigación tuvo como objetivo general 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; con referencia a la estadística descriptiva, de acuerdo a los resultados se apreció, que según la edad las personas de 31 a 40 años representaron la mayoría con 40.8%. Ahora bien, según el sexo en mayoría fueron masculino con 51.7%. Luego, de acuerdo a su estado civil prevaleció a individuos solteros con 44.2%. Por otra parte, según el grado de instrucción en mayoría representan el de secundaria con 41.7%. Por último, de acuerdo a su nivel económico prevaleció el de medio con 59.2%.

Referente a investigaciones recientes tanto nacionales como internacionales, relacionadas a la relación de las variables del estudio, estas son carentes. No obstante, se menciona a las investigaciones nacionales como la de Alcedo B.,²⁵ en el año 2021, quien realizó un estudio cuya finalidad fue identificar la asociación entre la calidad del servicio en dispensación de medicinas y la fidelización de los usuarios de una farmacia en la región Ancash (Chimbote); en los resultados se mostró que existe una asociación alta entre las variables (valor $Rho=0.852$), siendo ésta significativa ($p=0.000$); además, se observó que la calidad percibida fue un nivel de regular con 55% y de fidelización fue de un nivel regular con 64%. Por otro lado, las tres dimensiones de la calidad de la dispensación (proceso, entorno y personal) tuvieron una asociación alta y significativa con respecto a la fidelización del usuario ($Rho>0.7$; $p<0.005$); es así que el investigador concluyó que existe una asociación positiva y alta entre las variables del estudio. Resultados que difieren del presente estudio, pues los usuarios percibieron una Buena calidad de servicio en la dispensación de medicamentos y hubo una Buena fidelización, representando al 78.3%; en cuanto a la contrastación de hipótesis en el presente estudio, se determinó un p-valor igual a 0.473 ($p>0.05$), deduciéndose que no existe relación significativa entre las variables del estudio. La diferencia en los resultados se debería, a la población estudiada, por la distinta idiosincrasia, al parecerse utilizó diferentes instrumentos en ambas investigaciones. En el estudio realizado por Lora M. y Cols.,²⁶ en el año 2021, quienes ejecutaron un estudio cuyo propósito fue determinar la relación entre la calidad del servicio de dispensación de productos farmacéuticos con la satisfacción de los usuarios en tiempos de la pandemia

COVID-19; en los resultados se mostró que durante este tiempo, la calidad de servicio de dispensación de productos farmacéuticos fue valorada de baja a media y respecto a la satisfacción, los usuarios estuvieron insatisfechos y no muy satisfechos; concluyeron que la calidad de servicio de dispensación de productos farmacéuticos fue baja a media, lo que implica un alto riesgo de evaluación negativa del servicio de dispensación de productos farmacéuticos. Resultados antagonistas al del presente estudio, pues se mostró en cuanto a la relación de las variables una Buena percepción de la calidad de atención del servicio de dispensación de medicamentos y una Buena fidelización de los usuarios, con alto porcentaje (78.3%). Los resultados distintos, pueden ser debido al diferente instrumento utilizado, el distinto enfoque en ambas investigaciones y a la diferente población estudiada. Con respecto a la investigación realizada por Pahuara R. y Perdomo G.,²⁸ en el año 2019, cuya finalidad fue identificar la asociación entre la calidad de servicio de farmacia de un centro de salud y la fidelización de los usuarios asistentes; en los resultados se observó que hubo una asociación directa, débil y significativa entre las variables pues el coeficiente de correlación fue de 0.42 y un valor $p < 0.05$. En el análisis de las cinco dimensiones de la calidad de servicio en farmacia y su asociación en la fidelización, se mostró la existencia de una asociación directa, débil y significativa, en todas las dimensiones con un valor de $p < 0.05$. Además, en el estudio elaborado por Vidal M.,²⁷ en el año 2020, con el propósito de identificar si existe asociación entre la calidad de servicio respecto a las buenas prácticas de dispensación y la fidelización de una cadena de boticas (Mi Farma) de la capital de Ancash (Huaraz); en los resultados se observó una alta correlación entre las variables ($Rho=0.757$), siendo significativa ($p=0.000$); asimismo, respecto, al mayor nivel encontrado respecto a la calidad del servicio, esta fue de regular con 51% y respecto a sus dimensiones; proceso fue regular con 54%, y para las dimensiones, entorno y personal fueron bueno, con 48% y 49%, respetivamente; en tanto, el mayor nivel encontrado referente a la fidelización del usuario, esta fue de regular con 66% y referente a sus dimensiones, en cuatro de ellas en mayoría sobresalió una valoración regular (diferenciación, personalización, satisfacción y fidelización) y la dimensión habitualidad sobresalió un nivel bueno. Por otra parte, las dimensiones entorno y personal, de la calidad de servicio tuvo una asociación moderada, positiva y significativa con la variable fidelización del usuario; no obstante, el proceso presentó una asociación alta, positiva y significativa con la fidelización del usuario; concluyendo, que las variables del estudio se asocian

directamente proporcional. Los resultados citados por Pahuara R. y Perdomo G.,²⁸ y Vidal M.,²⁷ no son similares al presente estudio, ya que, con respecto a la calidad de servicio en la dispensación de productos farmacéuticos y la fidelización de los usuarios fue de Buena con 78.3%. En cuanto a las dimensiones de la variable calidad de servicio en la dispensación fue Buena en mayoría, para proceso con 92.5%, entorno con 92.5% y personal con 68.3%. En cuanto a la fidelización, en todas sus dimensiones planteadas fue valorada como Buena en mayoría, respecto a la diferenciación con 93.3%, personalización con 80.8%, satisfacción con 61.7%, a fidelidad con 94.2% y habitualidad con 90%. Además, no existe relación significativa entre la calidad de servicio en dispensación de medicamentos y la fidelización de los usuarios, por tener un p-valor igual a 0.473 ($p > 0.05$). Los resultados diferentes de ambos estudios se deberían a la distinta población encuestada, porque el instrumento al parecer es similar a las investigaciones antes mencionadas.

Respecto a las investigaciones internacionales, se hace mención al estudio realizado por Handayany G.,³⁰ en Indonesia, en el año 2021, cuyo propósito fue examinar y analizar el efecto de la calidad del servicio farmacéutico en la lealtad a través de la mediación de la satisfacción del paciente ambulatorio del servicio de farmacia del Hospital General de Daya; en los resultados se mostró que la satisfacción afectó la lealtad de los pacientes ambulatorios en el servicio de farmacia, con un nivel significativo de 0.000. En la variable lealtad, el indicador más dominante fue el aspecto lealtad del paciente, con un factor de carga de 0.41. El efecto directo de la calidad del servicio farmacéutico sobre la lealtad fue de 0.550, mientras que el efecto indirecto mediado por la satisfacción del paciente fue de 0.303; concluyendo, que el efecto directo fue mayor al efecto indirecto de la calidad de servicio sobre la lealtad de los pacientes ambulatorios del citado hospital. Resultados diferentes al presente estudio, por ser ambas investigaciones con distintos análisis, pero en el fondo en el presente estudio se determinó que la calidad de servicio en la dispensación fue buena y luego la fidelización de los usuarios también fue buena, en un alto porcentaje (78.3%). La diferencia en los resultados puede ser debido al desigual enfoque y poblaciones con características distintas. En la investigación que realizaron Chandra T. y Cols.,³¹ en Indonesia, en el año 2020, cuya finalidad fue investigar la relación entre la calidad del servicio farmacéutico, la satisfacción del usuario, la confianza y la fidelidad de los mismos. Los resultados demostraron que los servicios de alta calidad aumentaban el

nivel de satisfacción, de la confianza y de la lealtad de los pacientes. Referente a la lealtad, en base a las respuestas se deduce la calidad del servicio en farmacia que puede afectar significativamente el nivel de fidelidad del usuario; asimismo los encuestados declararon que se esfuerzan por ser fieles a las instalaciones y profesionales que ofrecen servicios seguros y de calidad en todo momento. Resultados similares al presente estudio, a pesar que ambas investigaciones tienen enfoques distintos, pero en los comentarios de acuerdo a los resultados son similares, puesto que, la calidad de servicio en la dispensación de productos farmacéuticos es buena y la fidelización del usuario es buena, se colige que a mejor calidad de servicio hay mayor fidelización a la oficina farmacéutica, en este caso a la Botica F&C Farma, Collique - Comas. Además, en los resultados de Chandra T. y Cols., revelaron una correlación favorable y estadísticamente significativa entre las variables, en el presente estudio no existe significancia ($p > 0.05$) entre la calidad de servicio en dispensación y fidelización de los usuarios. La similitud puede ser debida a que la atención farmacéutica ha constituido la base de los servicios profesionales disponibles en las oficinas farmacéuticas.

Al concluir la discusión con investigaciones relacionadas con el estudio, se puede apreciar, que en todos los estudios con los que se discutió; los investigadores manifiestan que de una buena calidad de servicio se deduce una fidelización también buena al establecimiento que acostumbre acudir el usuario. Porque la dispensación de medicamentos es uno de los núcleos del rol de un farmacéutico en entornos de pacientes hospitalizados y ambulatorios,⁴⁵ y uno de los servicios más demandados por los usuarios en las farmacias comunitarias,⁴⁶ ofreciendo un primer nivel de atención en salud, teniendo gran trascendencia en la promoción del uso racional de los medicamentos.⁴⁷ Siendo el principal de las prácticas de dispensación es promover un uso adecuado de los medicamentos y lograr el éxito terapéutico esperado.⁴⁸ Por otra parte, respecto a la fidelización, los usuarios fieles ven positivamente a la organización, la respaldan ante otros, participan en la recompra; recomiendan a otros individuos, suelen concentrar más gastos en las instituciones en las que confían, son más tolerantes cuando se sienten un poco insatisfechos y cuesta menos atender a los clientes fieles que a otros clientes.^{23,63} Por tal motivo, se requiere a los profesionales en farmacia deben brindar una mejor calidad de servicio en la dispensación a los usuarios; a cambio de ello, el usuario será fiel al profesional, estarán satisfechos y dará resultados más positivos para los establecimientos.

V. CONCLUSIONES

- Con respecto a la relación entre la calidad de servicio de dispensación y fidelización de los usuarios, se concluyó que los usuarios en mayoría indicaron una Buena percepción de la calidad de servicio de dispensación y una Buena fidelización de los usuarios, representando el 78.3%. Además, no existe relación estadísticamente significativa entre las variables, por identificarse un p-valor mayor a 0.05.
- En cuanto a la relación entre la calidad de servicio dimensión proceso de dispensación y la fidelización de los usuarios, se concluyó que en mayoría indicaron una Buena percepción del proceso de dispensación y una Buena fidelización de los usuarios, con un 92.5%. Además, no existe relación significativa ($p > 0.05$) entre el proceso de dispensación y la fidelización de los usuarios.
- Con referencia a la relación entre la calidad de servicio dimensión entorno y la fidelización de los usuarios, se concluyó que en mayoría indicaron una Buena percepción del entorno para el servicio de dispensación y una Buena fidelización de los usuarios, con un 92.5%. Además, no existe relación significativa ($p > 0.05$) entre la dimensión entorno y la fidelización de los usuarios.
- Respecto a la relación entre la calidad de servicio dimensión personal y la fidelización de los usuarios, se concluyó que en mayoría indicaron una Buena percepción del personal del servicio de dispensación y una Buena fidelización de los usuarios, con un 68.3%. Además, no existe relación significativa ($p > 0.05$) entre la dimensión personal y la fidelización de los usuarios.
- En cuanto a la fidelización respecto a la dimensión diferenciación, se concluyó que en mayoría la fidelización fue Buena en un 93.3%.
- Referente a la fidelización respecto a la dimensión personalización, se concluyó que en mayoría la fidelización fue Buena en un 80.8%.
- Tomando en cuenta a la fidelización respecto a la dimensión satisfacción, se concluyó que en mayoría la fidelización fue Buena en un 61.7%.

- Con respecto a la fidelización referente a la dimensión fidelidad, se concluyó que en mayoría la fidelización fue Buena en un 94.2%.
- En cuanto a la fidelización respecto a la dimensión habitualidad, se concluyó que en mayoría la fidelización fue Buena en un 90%.

VI. RECOMENDACIONES

- Respecto a la relación entre calidad de servicio de dispensación y fidelización de los usuarios, se recomienda tomar en cuenta los resultados; para que el personal de la Botica F&C Farma tenga en consideración que la calidad de servicio es uno de los factores más importantes para determinar el éxito de un establecimiento, por lo cual deberían mantener o superar su desempeño; se lograría el comportamiento fiel del usuario en la recompra, la retención y la recomendación, para tratar de conseguir su fidelización.
- Referente a la relación entre la calidad de servicio en las dimensiones proceso de dispensación, entorno y personal y la fidelización de los usuarios, se recomienda tomar en cuenta los resultados; para que el personal de la citada botica continúe esmerándose en una práctica adecuada de dispensación de medicamentos que implica brindar uno o más productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios a un paciente o usuario; se lograría promover un uso adecuado de los medicamento y lograr el éxito terapéutico apropiado.
- En cuanto a la fidelización respecto a las dimensiones dispensación, personalización, satisfacción, fidelidad y habitualidad; se recomienda tomar en cuenta los resultados; para que el personal farmacéutico brinde una calidad de servicio en dispensación de manera óptima; se lograría tener usuarios fieles que es una opción requerida por instituciones debido al importante papel en la creación de ventajas competitivas sostenibles.

REFERENCIAS

1. Liang R. y Yuan Z. Computational shape optimization of microreactors based on CFD simulation and surrogate model driven optimization. *Computer Aided Chemical Engineering* 2020; 48:935-930.
2. Blass B. Case studies in drug discovery. En: *Basic principles of drug discovery and development*. Philadelphia: Academic Press; 2021. p. 625-664.
3. Nguyen C. The role of a pharmacist as a medical information specialist in the pharmaceutical industry. *Currents in Pharmacy Teaching and Learning* 2020; 12(2):127-131.
4. Dalton K. y Byrne S. Role of the pharmacist in reducing healthcare costs: current insights. *Integr Pharm Res Pract* 2017; 6:37-46.
5. Ayalew M., Solomon L. y Abay S. Pharmaceutical care practice in community and institutional drug retail outlets of Gondar Town, North West Ethiopia. *Global Advances in Health and Medicine* 2019; 8:1-9.
6. Mohiuddin A. The excellence of pharmacy practice. *Innov Pharm* 2020; 11(1).
7. Colegio Químico Farmacéutico del Perú. Ley del trabajo del químico farmacéutico del Perú Ley N°28173 (17 febrero 2004) [internet]. 2017 [citado el 09 de mayo de 2022]. Disponible en: URL: http://www.cqfp.org.pe/wp-content/uploads/2017/02/Ley_28173-Ley_del_Trabajo_Farmac%C3%A9utico_17-Feb-2004.pdf
8. Fernández B. Barreras del servicio de dispensación de medicamentos y productos sanitarios de la farmacia comunitaria y propuestas de mejora. *Farm Comunitarios* 2019; 11(4):32-48.

9. Haider N., Dayo A., Iqbal M., Ali Ghoto M., Shahnaz S., Anwar R. y Cols. Assessment of Knowledge, Qualification, Experience, and Medication Dispensing Practices in South Karachi, Pakistan. Knowledge E 2021. Value in Health 2022.
10. Lourenço L., Van Mil J. y Henman M. (2018). Pharmaceutical care and dispensing medicines. The Pharmacist Guide to Implementing Pharmaceutical Care 2018: 251–259.
11. Yoseph E. y Bekele A. Assessment of dispensing practices and quality of pharmaceutical services given at Shenen Gibe Hospital and Mendera Kochi Health Center in Jimma Town South West Ethiopia. Global Journal of Pharmacy & Pharmaceutical Sciences 2018; 5(4).
12. Mengist A., Wondie R., Lulie A., Melkamu H. y Fenta S. Patient medication counselling practice on dispensing of medicines and associated factors in outpatient pharmacies of Bahir Dar City, Northwest Ethiopia. Indo American Journal of Pharmaceutical Research 2020; 10(11).
13. Wogayehu B., Adinew A. y Asfaw M. Knowledge on dispensed medications and its determinants among patients attending outpatient pharmacy at Chencha Primary Level Hospital, Southwest Ethiopia. Integrated Pharmacy Research and Practice 2020; 9.
14. Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas (DIGEMID). La automedicación provoca la muerte la muerte de 700 000 personas a nivel mundial cada año, según la OMS [internet]. 2021 [citado el 09 de mayo de 2022]. Disponible en: URL: <https://www.digemid.minsa.gob.pe/noticias/2021/11/ID=3792/la-automedicacion-provoca-la-muerte>
15. Galán MI., Guijo V., Casado I., Iglesias JA. Y Fernández D. Self-medication of drugs in nursing students from Castile and Leon (Spain). Int J Environ Res Public Health 2021; 18(4):1498.

16. Urrunaga D., Benites V. y Mezones E. Factors associated with self-medication in users of drugstores and pharmacies in Peru: an analysis of the National Survey on User Satisfaction of Health Services, ENSUSALUD 2015. F100Res 2019; 8:23.
17. Deza A. Incidencia y factores asociados a la automedicación en pacientes adultos hospitalizados por COVID-19 en el Hospital Regional Lambayeque, 2020. Instituto Nacional de Salud [internet]. 2021 [citado el 09 de mayo de 2022]. Disponible en: URL: <https://prisa.ins.gob.pe/index.php/acerca-de-prisa/busqueda-de-proyectos-de-investigacion-en-salud/2072-incidencia-y-factores-asociados-a-la-automedicacion-en-pacientes-adultos-hospitalizados-por-covid-19-en-el-hospital-regional-lambayeque-2020>
18. Ministerio de Salud - DIGEMID. Manual de Buenas Prácticas de Dispensación [internet]. 2009 [citado el 09 de mayo de 2022]. Disponible en: URL: http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/1022_DIGEMID58.pdf
19. Ministerio de Salud - DIGEMID. Manual de Buenas Prácticas de Dispensación [internet]. 2017 [citado el 09 de mayo de 2022]. Disponible en: URL: <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/4231.pdf>
20. Olya H., Altinay L., Farmaki A., Kenebayeva A. y Gursoy D. Hotels' sustainability practices and guests' familiarity, attitudes and behaviours. En: Han H., editor. Sustainable consumer behaviour and the environment. New York: Routledge; 2022.
21. Raabhat D. Customer loyalty in business [tesis de Business Management]. Finlandia (PE): Centria University of Applied Sciences; 2018.
22. Alsulami H. A Framework for improving customer loyalty at retailers in jeddah city: a case study. American Journal of Industrial and Business Management 2021; 11:973-983.
23. Leninlumar V. The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences 2017; 7(4):450-465.

24. Aladwan M., Salleh H. y Anuar M. The relationship among service quality, patient satisfaction and patient loyalty: case study in Jordan Mafraq Hospital. *Linguistics and Culture Review* 2021; 5(S3):27-40.
25. Alcedo B. Calidad de servicio en dispensación de medicamentos y fidelización de la farmacia Ebbonyfarma en los usuarios de Chimbote, 2021 [tesis de maestría]. Chimbote (PE): Universidad César Vallejo; 2021.
26. Lora M., Mestanza M., Cabrejo J., Rodríguez J., Villegas D. y Rodríguez T. Service Quality and user Satisfaction in the Dispensing of Pharmaceutical Products in Times of COVID-19. *Annals of R.S.C.B.* 2021; 25(4):8067-8079.
27. Vidal M. Calidad de servicio respecto al manual de buenas prácticas en dispensación y fidelización de Mi Farma – Huaraz, 2020 [tesis de maestría]. Chimbote (PE): Universidad César Vallejo; 2020.
28. Pahuara R. y Perdomo G. Calidad de servicio y fidelización del usuario externo que acude a la farmacia del Centro de Salud Bellavista – Callao, 2018 [tesis de maestría]. Callao (PE): Universidad Nacional del Callao; 2019.
29. Haider N., Dayo A., Iqbal M., Ali Ghoto M., Shahnaz S., Anwar R. y Cols. Assessment of knowledge, qualification, experience, and medication dispensing practices in South Karachi, Pakistan. *Sudan Journal of Medical Sciences* 2021; 16(2):245–258.
30. Handayany G. The quality of pharmaceutical services in the new normal era on outpatient loyalty at the pharmacy installation of the Daya General Hospital. *Open Access Maced J Med Sci* 2021; 9(E):1376-1382.
31. Chandra T., Hafni L. y Novita G. Pharmacy service quality for pharmacy customer satisfaction, trust, and loyalty. *Sys Rev Pharm* 2020; 11(4): 342-347.

32. Guhl D., Blankart K. y Stargardt T. Service quality and perceived customer value in community pharmacies. *Health Service Management Research* 2019; 32(1):36-48.
33. Gómez A., Ramírez L. y Lahera M. La atención farmacéutica: componente de calidad necesario para los servicios de salud. *Multimed* 2012; 16(2).
34. López JJ. y Orozco J. Towards a transformation in the pharmacist care paradigm: a scoping study. *Rev Colomb Cienc Quím Farm* 2017; 46(3):371-390, 2017.
35. Urick B. y Meggs E. Towards a greater professional standing: evolution of pharmacy practice and education, 1920–2020. *Pharmacy (Basel)* 2019; 7(3):98.
36. Almarsdóttir A., Granas A. y Blondal A. Clinical and Social Perspectives on Pharmacy Services. En: Dixon T., editor. *Clinical pharmacy education, practice and research*. Denmark: Elsevier; 2019. p. 31-40.
37. Guo X., Yao D., Liu J., Huang Y., Wang Y. y Yao W. The current status of pharmaceutical care provision in tertiary hospitals: results of a cross-sectional survey in China. *BMC Health Services Research* 2020; 518.
38. Abrahamsen B., Burghle A. y Rossing C. Pharmaceutical care services available in Danish community pharmacies. *International Journal of Clinical Pharmacy* 2020.
39. Ministry of Health Singapore. Pharmaceutical care services Guidelines [internet]. 2019 [citado el 09 de mayo de 2022]. Disponible en: URL: [https://www.moh.gov.sg/docs/librariesprovider4/default-document-library/pharmaceutical-care-services-guidelines-\(15-april-2019\)5e2e136441084b9e8b70b9301c57c71a.pdf](https://www.moh.gov.sg/docs/librariesprovider4/default-document-library/pharmaceutical-care-services-guidelines-(15-april-2019)5e2e136441084b9e8b70b9301c57c71a.pdf)
40. Mukattash T., Bazzi N., Nuseir K., Jarab A., Abu-Farha R. y Khmour M. Pharmaceutical care in community pharmacies in Jordan: a public survey. *Pharmacy Practice (Granada)* 2018; 16(2).

41. Council of Europe - Committee of Ministers. Resolution CM/Res (2020) 3 on the implementation of pharmaceutical care for the benefit of patients and health services [internet]. 2020 [citado el 09 de mayo de 2022]. Disponible en: URL: <https://rm.coe.int/09000016809cdf26>
42. Febryana L., Cahyadi M., Rai NM., Gelgel M. Patient satisfaction with pharmaceutical care services provided at primary-level and secondary-level health facilities in Indonesia's health coverage system. *Journal of Health Research* 2019; 33(1).
43. Gobierno del Perú - Ministerio de Salud. Decreto Supremo N°014-2011-SA. [internet]. 2011 [citado el 09 de mayo de 2022]. Disponible en: URL: <https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/243288-014-2011-sa>
44. Pizetta B., Goncalves L., Santos K., Cerqueira S., Pereira D. Y Dos Santos G. Does drug dispensing improve the health outcomes of patients attending community pharmacies? A systematic review. *BMC Health Services Research* 2021;764.
45. International Pharmaceutical Federation. Patient safety Pharmacists role in "medication without harm" [internet]. 2020 [citado el 09 de mayo de 2022]. Disponible en: URL: <https://www.spemital.it/wp-content/uploads/2020/08/Pharmacists-role-in-%E2%80%9CMedication-without-harm%E2%80%9D-Fonte-Fip.pdf>
46. Baixauli V. Barreras del servicio de dispensación de medicamentos y productos sanitarios de la farmacia comunitaria y propuestas de mejora. *Farmacéuticos Comunitarios* 2019; 11(4):32-48.
47. Bermudez I., Flores M., Aguilar Y., García M., Fegadolli C. y Reyes I. Design and validation of quality indicators for drug dispensing in a pediatric hospital. *Science and Practice Advances in Pharmacy Practice* 2021; 61(4):E289-E300.

48. Almeida T., Resende N., Souza N., Pandolfo M., Costa T., Da Silveira E. y Cols. Impacto de un modelo de dispensación de medicamentos en una Farmacia Comunitaria en Goiânia, Goiás, Brasil. *Braz J Pharm Sci* 2019; 54(4).
49. Gobierno de Perú – Ministerio de Salud. Directiva Administrativa N°301-2021-MINSA-DIGEMID Directiva Administrativa que aprueba la trama estandarizada de datos para la prescripción y dispensación de medicamentos [internet]. 2021 [citado el 09 de mayo de 2022]. Disponible en: URL: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1552017/Directiva%20Administrativa%20N%C2%BA%20301-MINSA-2021-DIGEMID.pdf>
50. Colegio Químico Farmacéutico del Perú. Protocolo para efectuar la atención farmacéutica en pacientes con sospecha de coronavirus “COVID-19” [internet]. 2020 [citado el 09 de mayo de 2022]. Disponible en: URL: <http://www.cqfp.pe/wp-content/uploads/2020/03/Protocolo-para-efectuar-la-atenci%C3%B3n-farmac%C3%A9utica-en-pacientes-con-sospecha-de-coronavirus-.pdf>
51. Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas (DIGEMID). Decreto Supremo N°021-2001-SA [internet]. 2001 [citado el 09 de mayo de 2022]. Disponible en: URL: <https://www.digemid.minsa.gob.pe/upload/uploaded/pdf/decretosupremon021-2001-sa.pdf>
52. Colegio Químico Farmacéutico del Perú. Código de Ética y Deontología [internet]. 2016 [citado el 09 de mayo de 2022]. Disponible en: URL: <http://www.cqfp.org.pe/wp-content/uploads/2016/08/C%C3%93DIGO-DE-%C3%89TICA-VF-2017Jun20.pdf>
53. Abbasi-Moghaddam M., Zarei E., Bagherzadeh R., Dargahi H. y Farrokhi, P. Evaluation of service quality from patients’ viewpoint. *BMC Health Services Research* 2019, 19(1).

54. Goula A., Rizopoulos T., Stamouli MA., Kelesi M., Kaba E. y Soulis S. Internal quality and job satisfaction in health care services. *Int J Environ Res Public Health* 2022; 19(3):1496.
55. Wahyu A., Suardika N., Sujana W. y Yuesti A. Analysis of Service Quality and Value Effect on Patient Satisfaction and Its Effect on Loyalty of Hospital Patients in Hospital and Children of Pucuk Permata Hati. *International Journal of Contemporary Research and Review* 2019; 10(2): 21255-21266.
56. Alhusein N. y Watson M. Quality indicators and community pharmacy services: a scoping review. *International Journal of Pharmacy Practice* 2019; 27(6):490-500.
57. Ortiz A. El modelo SERVQUAL de calidad en el servicio del sistema de distribución de medicamentos por dosis unitaria y el nivel de aceptación de los usuarios del servicio de pediatría del Hospital José María Velasco Ibarra, de la ciudad de Tena [tesis de maestría]. Ambato (EC): Universidad Técnica de Ambato; 2017.
58. International Pharmaceutical Federation. Good pharmacy practice Joint FIP/WHO Guidelines on GPP: Standards for quality of pharmacy services [internet]. 2017 [citado el 09 de mayo de 2022]. Disponible en: URL: <https://www.fip.org/file/1476>
59. Vilkaite-Vaitone N. y Skackauskiene I. Service customer loyalty: an evaluation based on loyalty factors. *Sustainability* 2020; 12(2260).
60. Zhou W., Wan Q., Liu C., Feng X. y Shang S. Determinants of patient loyalty to healthcare providers: an integrative review. *International Journal for Quality in Health Care* 2017; 29(4), 442–449.
61. Abu-Alhajja A., Raja R., Hasmin HM. Y Jaharuddin N. Determinants of Customer Loyalty: A Review and Future Directions. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences* 2018;12(7):106-11.

62. Partyka R. y Lana J. Cross-country analysis of online consumer word of mouth: the role of action loyalty in Brazil and Sweden race. *Revista de Administracao, Contabilidade e Economiam* 2021, 20(2): 3-22.
63. Nagomi H. Examine the relations between patient satisfaction, loyalty & trust. [internet]. 2019 [citado el 09 de mayo de 2022]. Disponible en: URL: https://www.pucsp.br/icim/portugues/downloads/papers/TL_030.pdf
64. NRC Health. Are these three patient- loyalty myths holding your organization back? [internet]. 2018 [citado el 09 de mayo de 2022]. Disponible en: URL: <https://nrchealth.com/wp-content/uploads/2018/08/Loyalty-White-Paper.pdf>
65. Hinson E., Nimako S., Van Zyl H., Chinje N. y Asiamah E. Extending the four - stage brand loyalty framework in African Telecoms. *African Journal of Business and Economic Research (AJBER)* 2016; 11(2 y 3):53-82.
66. Vizcarra E. Comunicación de marketing y la fidelización de los clientes: empresas farmacéuticas del distrito de Wanchaq del Cusco. *Revista Científica Kallpay* 2020; 3:144-148.
67. Agüero L. Estrategia de fidelización de clientes [trabajo fin de grado]. España (ES): Universidad de Cantabria; 2014.
68. Tien Dung L. Pharmacist's Interaction Behavior and Consumer Loyalty: The Mediating Role of Consumer Trust and Satisfaction. *The Journal of Behavioral Science* 2019; 14(3):1-13.
69. Jader P., Ardió CM. y Flores P. Brand reputation and relationship with customer loyalty in the retail pharmacy sector: a case study. *Rev Bras Gest Neg* 2021; 23(03).
70. Hasen G., Edris R., Chala G., Tefera Y., Hussen H., Tekassa T. y Cols. Medicines dispensing practice during the era of COVID-19 pandemic: a commentary. *J Pharm Policy Pract* 2021; 14:1.

71. Román CA., Urgilez P. y Andrade D. Consideraciones éticas en la dispensación de medicamentos en farmacias de Ecuador. *Revista Habanera de Ciencias Médicas* 2020; 19(5).
72. Mun Waei O., Kit Teng P. y Tai Wai K. Patient Loyalty Towards the Pharmacist. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 2021; 570: 420-426.
73. Dagsi M., Fontanilla R., Galigaro C., Guerrero J., Lai Sh., Orpilla C. y Cols. Service quality of pharmacies in candon city [Quantitative Research]. Phillippines (PH): Candon National High School Senior High School; 2017.
74. Hernández R., Fernández R., y Baptista P. *Metodología de la investigación*. 6 ed. México (MX): Mc Graw Hill Education; 2017.
75. Valderrama S. *Pasos para elaborar proyectos y tesis de investigación científica*. 7 imp. Lima (PE): Editorial San Marcos; 2017.
76. Tafur R. *Cómo hacer un proyecto de investigación*. 2 ed. Bogotá: Alfaomega; 2015.

ANEXOS

ANEXO N°01



“FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS”

I. Introducción

El objetivo del estudio es 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; que de acuerdo a los resultados se tomará las acciones convenientes para el beneficio de los usuarios. La encuesta es totalmente anónima. Marca con un aspa (X) en el recuadro que considere es su respuesta.

II. Datos Generales

- Edad:	_____	
- Sexo:	Femenino ()	Masculino ()
- Estado civil:	Soltero/a ()	Casado/a ()
	Viudo/a ()	Divorciado/a ()
	Conviviente ()	
- Grado de instrucción:	No tiene ()	Primaria ()
	Secundaria ()	Superior ()
- Nivel económico:	Bajo ()	Medio ()
	Alto ()	

III. Cuestionarios

1. Calidad de servicio en dispensación

Considere usted las siguientes abreviaturas para sus respuestas:

Totalmente de acuerdo (TDA)	5
De acuerdo (DA)	4

Indeciso (I)	3
En desacuerdo (ED)	2
Totalmente en desacuerdo (TED)	1

Nº	DIMENSIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
	Proceso de dispensación					
1	El farmacéutico le solicita siempre su receta para el inicio del servicio.					
2	El farmacéutico revisa y valida los datos de la receta como el profesional que expide, los medicamentos y el paciente.					
3	El farmacéutico conoce la información otorgada por sus recetas.					
4	El farmacéutico le brinda diferentes opciones sobre los medicamentos de su receta.					
5	Antes de entregar los medicamentos, el farmacéutico 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 la empresa.					
9	Se le otorga la información y orientación correspondiente sobre el uso de los medicamentos					
	Entorno para el servicio de dispensación	1	2	3	4	5
10	El establecimiento es amplio y facilita el acceso al servicio.					
11	El establecimiento se mantiene limpio, sin polvo ni suciedad.					

12	Las estanterías disponen de una altura adecuada para la atención oportuna.					
13	Las estanterías y superficies facilitan el almacenamiento de los productos					
14	Los medicamentos exhibidos se encuentran correctamente rotulados.					
15	Los equipos utilizados se encuentran completamente limpios.					
Personal		1	2	3	4	5
16	Los trabajadores de la farmacia se encuentran adecuadamente uniformados.					
17	Los trabajadores mantienen una apariencia limpia y salubre para brindar la atención.					
18	Los trabajadores siempre sostienen disponibilidad para atender sus solicitudes.					
19	Los trabajadores demuestran estar capacitados en la ejecución de su labor.					
20	Los trabajadores mantienen un comportamiento formal y paciente para su atención.					

2. Cuestionario de fidelización del usuario

Considere usted las siguientes abreviaturas para sus respuestas.

Totalmente de acuerdo (TDA)	5
De acuerdo (DA)	4
Indeciso (I)	3
En desacuerdo (ED)	2
Totalmente en desacuerdo (TED)	1

Nº	DIMENSIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
Diferenciación		1	2	3	4	5
1	La botica F&C Farma desarrolla un servicio distintivo.					

2	Sostiene una alta valoración respecto al servicio otorgado por la botica F&C Farma.					
3	La botica F&C Farma oferta una gran variedad de medicamentos.					
4	La botica F&C Farma incentiva el beneficio mutuo de empresa a cliente.					
Personalización		1	2	3	4	5
5	La botica F&C Farma le brinda reconocimientos por sus compras frecuentes.					
6	La botica F&C Farma le otorga incentivos o premios por sus compras.					
7	La botica F&C Farma es su mejor opción para la compra de medicamentos.					
8	La botica F&C Farma le ofrece productos genéricos.					
Satisfacción		1	2	3	4	5
9	Usted presenta altas expectativas respecto al desenvolvimiento del servicio de la botica F&C Farma.					
10	Su percepción del desenvolvimiento del servicio de la botica F&C Farma supera sus expectativas					
11	Los farmacéuticos de la botica F&C Farma se hallan siempre prestos a solucionar sus problemas.					
12	Los errores presentados se solucionan en forma inmediata.					
Fidelidad		1	2	3	4	5
13	Los farmacéuticos de la botica F&C Farma demuestran compromiso con su salud.					
14	La botica F&C Farma cumple con sus pedidos de medicamentos de forma rápida.					
15	La botica F&C Farma cumple con sus promociones difundidas.					
Habitualidad		1	2	3	4	5
16	Adquiere medicamentos que solo expende la botica F&C Farma.					
17	Asiste de forma mensual a la botica F&C Farma.					
18	Mantiene registro en la base de datos de la botica F&C Farma.					

19	Se encuentra inscrito en el programa monedero del ahorro.					
20	Suele comprar la totalidad de sus recetas en la botica F&C Farma.					

Gracias por la colaboración

ANEXO N°02

CONSENTIMIENTO INFORMADO

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado Sr. (a, ita):

Somos las Bachilleres Irurete Díaz Sheila Noelia y Paucarr Ccapera Juana, de la Universidad Roosevelt, responsable del trabajo de investigación titulado: "Relación entre la calidad de servicio en dispensación y fidelización de los usuarios de la Botica F&C Farma, Collique – Comas, 2022". La presente es para invitarle a participar en el estudio el cual tiene como objetivo 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. Para poder participar del estudio, usted tendrá que llenar un cuestionario de manera anónima, el cual le demandará un tiempo promedio de 10 minutos.

La información que Ud., brinde al estudio será de uso exclusivo del investigador y se mantendrá su debida confidencialidad. Su participación es voluntaria y puede retirarse del estudio en cualquier etapa sin que este afecte de alguna manera. Por participar del estudio Ud., no recibirá ningún beneficio, salvo la satisfacción de contribuir con esta importante investigación.

Si tuviese alguna duda con respecto al estudio puede comunicarse a los siguientes teléfonos _____.

Yo, _____ dejo constancia que se me ha explicado en que consiste el estudio titulado "Relación entre la calidad de servicio en dispensación y fidelización de los usuarios de la Botica F&C Farma, Collique – Comas, 2022", realizadas por las Bachilleres Irurete Díaz Sheila Noelia y Paucarr Ccapera Juana.

He tenido tiempo y la oportunidad de realizar las preguntas con relación al tema, las cuales fueron respondidas de forma clara. Sé que mi participación es voluntaria, que los datos que se obtengan se manejarán confidencialmente y en cualquier momento puedo retirarme del estudio. Por todo lo anterior doy mi consentimiento voluntario para participar en el presente estudio.

Nombre y apellido del participante

Fecha:

Firma del participante

DNI N°

ANEXO N°03

FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

– **Fiabilidad del instrumento (Calidad de servicio en dispensación)**

El método de consistencia interna el cual se basa en el alfa de Cronbach nos permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida mediante un conjunto de ítems. Para el presente estudio se empleó el análisis del instrumento que presenta 20 ítems.

Coefficiente Alfa de Cronbach:

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

K: El número de ítems

$\sum S_i^2$: Sumatoria de Varianzas de los ítems

S_T^2 : Varianza de la suma de los ítems

α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

La escala valorativa que determina la confiabilidad del instrumento presenta los siguientes valores:

Criterio de confiabilidad de valores	
No es confiable	0
Baja confiabilidad	0.01 a 0.49
Regular confiabilidad	0.50 a 0.74
Aceptable confiabilidad	0.75 a 0.89
Elevada confiabilidad	0.90 a 1

Se obtuvo como resultado:

Alfa de Cronbach	N° de ítems
0.818	20

Al realizar el procedimiento, se obtuvo un coeficiente de alfa de Cronbach igual a 0.818, con lo cual se indica una alta consistencia interna de los ítems del instrumento. Se concluye que el instrumento presenta ELEVADA CONFIABILIDAD.

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítem 1	71,73	26,218	,286	,815
Ítem 2	71,55	24,673	,674	,798
Ítem 3	71,64	22,255	,835	,781
Ítem 4	71,64	24,055	,749	,793
Ítem 5	71,73	26,218	,286	,815
Ítem 6	71,55	24,673	,674	,798
Ítem 7	71,64	22,255	,835	,781
Ítem 8	71,64	24,055	,749	,793
Ítem 9	71,73	26,218	,286	,815
Ítem 10	71,55	24,673	,674	,798
Ítem 11	71,64	22,255	,835	,781
Ítem 12	71,64	24,055	,749	,793
Ítem 13	72,09	29,491	-,372	,838
Ítem 14	71,27	29,418	-,262	,846
Ítem 15	71,00	28,200	-,081	,830
Ítem 16	71,73	25,618	,402	,810
Ítem 17	71,09	23,291	,575	,798
Ítem 18	71,73	25,018	,367	,812
Ítem 19	70,82	26,964	,144	,822
Ítem 20	70,82	30,964	-,554	,852

- **Fiabilidad del instrumento (Fidelización del usuario)**

El método de consistencia interna el cual se basa en el alfa de Cronbach nos permite estimar la fiabilidad de un instrumento, el instrumento que presenta 20 ítems.

Se obtuvo como resultado:

Alfa de Cronbach	Nº de ítems
0.865	20

Al realizar el procedimiento, se obtuvo un coeficiente de alfa de Cronbach igual a 0.865. Se concluye que el instrumento presenta ELEVADA CONFIABILIDAD.

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítem 1	76,08	20,447	,456	,859
Ítem 2	76,00	17,273	,880	,837
Ítem 3	77,25	22,205	,000	,867
Ítem 4	75,92	18,265	,878	,841
Ítem 5	76,08	20,447	,456	,859
Ítem 6	76,00	17,273	,880	,837
Ítem 7	77,25	22,205	,000	,867
Ítem 8	75,92	18,265	,878	,841
Ítem 9	76,08	20,447	,456	,859
Ítem 10	76,00	17,273	,880	,837
Ítem 11	77,25	22,205	,000	,867
Ítem 12	75,92	18,265	,878	,841
Ítem 13	76,08	20,447	,456	,859
Ítem 14	76,00	17,273	,880	,837
Ítem 15	77,25	22,205	,000	,867
Ítem 16	75,92	18,265	,878	,841
Ítem 17	76,17	23,424	-,466	,881
Ítem 18	75,75	22,568	-,128	,883
Ítem 19	75,92	20,992	,215	,869
Ítem 20	75,92	23,902	-,403	,891

ANEXO N°04

JUICIO DE EXPERTOS



FORMATO: A

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

TESIS: "Relación entre la calidad de servicio en dispensación y fidelización de los usuarios de la Botica F&C Farma, Collique – Comas, 2022"

Investigadoras: Irureta Díaz Sheila Noelia
Paucar Ccaperá Juana

Indicación: Señor calificador se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del cuestionario de encuesta respecto a LA RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO EN DISPENSACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE LOS USUARIOS DE UNA BOTICA que le mostramos, marque con un aspa el casillero que crea conveniente de acuerdo a su criterio y experiencia profesional, denotando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formación para su posterior aplicación.

RECOMENDACIONES:

Aplicar revistas de investigación indexadas actualizadas.

PROMEDIO DE VALORACIÓN

Muy buena

OPINION DE APLICABILIDAD

a) Deficiente b) Baja c) Regular d) Buena e) Muy buena

Nombres y Apellidos : Dr. QF. Edgar Robert Tapia Manrique.
DNI N° : 09440524 **Teléfono/Celular** : 987802014
Dirección domiciliaria : Calle Los Limoncillos 3922-Urb. Covida - Los Olivos
Título Profesional : Químico Farmacéutico
Grado Académico : DOCTOR
Mención : En Farmacia y Bioquímica

Firma

Lugar y fecha: Huancayo, 11 de junio del 2022

FORMATO: B

**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INFORME DE OPINIÓN POR JUICIO DE
EXPERTO**

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Título de la Investigación : Relación entre la calidad de servicio en dispensación y fidelización de los usuarios de la Botica F&C Farma, Collique – Comas, 2022.
- 1.2. Nombre del instrumento : Ficha de recolección de datos motivo de evaluación

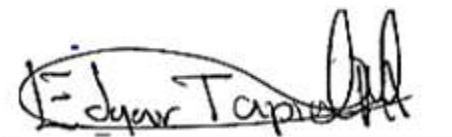
PROMEDIO DE VALORACIÓN

Muy buena

OPINION DE APLICABILIDAD

a) Deficiente b) Baja c) Regular d) Buena e) Muy buena

Nombres y Apellidos : Dr. QF. Edgar Robert Tapia Manrique.
DNI N° : 09440524 **Teléfono/Celular** : 987802014
Dirección domiciliaria : Calle Los Limoncillos 3922-Urb. Covida - Los Olivos
Título Profesional : Químico Farmacéutico
Grado Académico : DOCTOR
Mención : En Farmacia y Bioquímica



Firma

Lugar y fecha: Huancayo, 11 de junio del 2022

FORMATO: A

**VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR JUICIO DE
EXPERTO**

TESIS: "Relación entre la calidad de servicio en dispensación y fidelización de los usuarios de la Botica F&C Farma, Collique – Comas, 2022"

Investigadoras: Inureta Diaz Sheila Noelia
Paucar Ccapera Juana

Indicación: Señor calificador se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del cuestionario de encuesta respecto a **LA RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO EN DISPENSACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE LOS USUARIOS DE UNA BOTICA** que le mostramos, marque con un aspa el casillero que crea conveniente de acuerdo a su criterio y experiencia profesional, denotando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formación para su posterior aplicación.

RECOMENDACIONES:

PROMEDIO DE VALORACION

Muy buena

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

a) Deficiente b) Baja c) Regular d) Buena e) Muy buena

Nombres y Apellidos : Dr. Hugo Humberto Caballero Cornejo
DNI N° : 09457351 **Teléfono/Celular :** 999 605 700
Dirección domiciliaria : Jirón Las Estrellas 339 - Surco
Título Profesional : Cirujano dentista
Grado Académico : Doctor
Mención : Doctor en Educación



Firma

Lugar y fecha: Lima, 09 de junio de 2022

FORMATO: B

**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INFORME DE OPINIÓN POR JUICIO DE
EXPERTO**

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Título de la Investigación : Relación entre la calidad de servicio en dispensación y fidelización de los usuarios de la Botica F&C Farna, Collique – Comas, 2022.
- 1.2. Nombre del instrumento motivo de evaluación : Ficha de recolección de datos

PROMEDIO DE VALORACIÓN

100 (Muy buena)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

f) Deficiente g) Baja h) Regular i) Buena ~~j) Muy buena~~

Nombres y Apellidos : Dr. Hugo Humberto Caballero Cornejo
DNI N° : 09457351 **Teléfono/Celular** : 999 605 700
Dirección domiciliaria : Jirón Las Estrellas 339 - Surco
Título Profesional : Cirujano dentista
Grado Académico : Doctor
Mención : Doctor en Educación



Firma

Lugar y fecha: Lima, 09 de junio de 2022.

FORMATO: A

**VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR JUICIO DE
EXPERTO**

TESIS: "Relación entre la calidad de servicio en dispensación y fidelización de los usuarios de la Botica F&C Farma, Collique – Comas, 2022"

Investigadoras: Inureta Diaz Sheila Noelia
Paucar Ccapera Juana

Indicación: Señor calificador se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del cuestionario de encuesta respecto a **LA RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO EN DISPENSACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE LOS USUARIOS DE UNA BOTICA** que le mostramos, marque con un aspa el casillero que crea conveniente de acuerdo a su criterio y experiencia profesional, denotando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formación para su posterior aplicación.

RECOMENDACIONES

Aplicar revistas de investigación indexadas actualizadas.

PROMEDIO DE VALORACIÓN

Muy buena

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

a) Deficiente b) Baja c) Regular d) Buena e) Muy buena

Nombres y Apellidos : Mg. QF. Carlos Max Rojas Aire
DNI N° : 40126133 **Teléfono/Celular** : 978514440
Dirección domiciliaria : Av. Venezuela N° 1620 - Dep.503-B - Distrito de Breña - Lima
Título Profesional : Químico farmacéutico
Grado Académico : Magister
Mención : En Investigación y Docencia en Nivel Superior.
(Universidad Nacional de Huancavelica)



Firma

Lugar y fecha: Huancayo, 11 de junio del 2022

FORMATO: B

**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INFORME DE OPINIÓN POR JUICIO DE
EXPERTO**

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Título de la Investigación : Relación entre la calidad de servicio en dispensación y fidelización de los usuarios de la Botica F&C Farma, Collique – Comas, 2022.
- 1.2. Nombre del instrumento motivo de evaluación : Ficha de recolección de datos

PROMEDIO DE VALORACIÓN

Muy buena

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

a) Deficiente b) Baja c) Regular d) Buena e) Muy buena

Nombres y Apellidos : Mg. QF. Carlos Max Rojas Aire
DNI N° : 40126133 **Teléfono/Celular** : 978514440
Dirección domiciliaria : Av. Venezuela N° 1620 - Dep.503-B - Distrito de Breña - Lima
Título Profesional : Químico farmacéutico
Grado Académico : Magister
Mención : En Investigación y Docencia en Nivel Superior.
(Universidad Nacional de Huancavelica)



Firma

Lugar y fecha: Huancayo, 11 de junio del 2022

ANEXO N°05

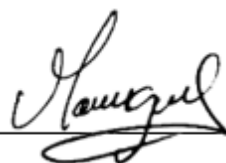
CONSTANCIA DE EJECUCIÓN DEL ESTUDIO

CONSTANCIA

Yo, Maximiliano García Berru, con DNI N° 43449563, en mi situación de propietario de la oficina farmacéutica “Botica F&C Farma”, sito domicilio fiscal en Av. Revolución N°1298 A – AA.HH. Collique 2da Zona, distrito de Comas, dejo constancia que las bachilleres Sheila Noelia Irueta Díaz y Juana Paucar Ccapera, de la Facultad de Ciencias de la Salud, Escuela de Ciencias Farmacéuticas y Bioquímica, de la Universidad Roosevelt, han realizado la ejecución de su investigación titulada “Relación entre la calidad de servicio en dispensación y fidelización de los usuarios de la Botica F&C Farma, Collique – Comas, 2022”, en los meses de junio y julio del año 2022, encuestando a los usuarios que acudieron a la citada oficina farmacéutica.

Se expide la presente constancia, a solicitud de las interesadas, para continuar sus trámites de título de Químico Farmacéutico.

Lima, 01 de agosto de 2022

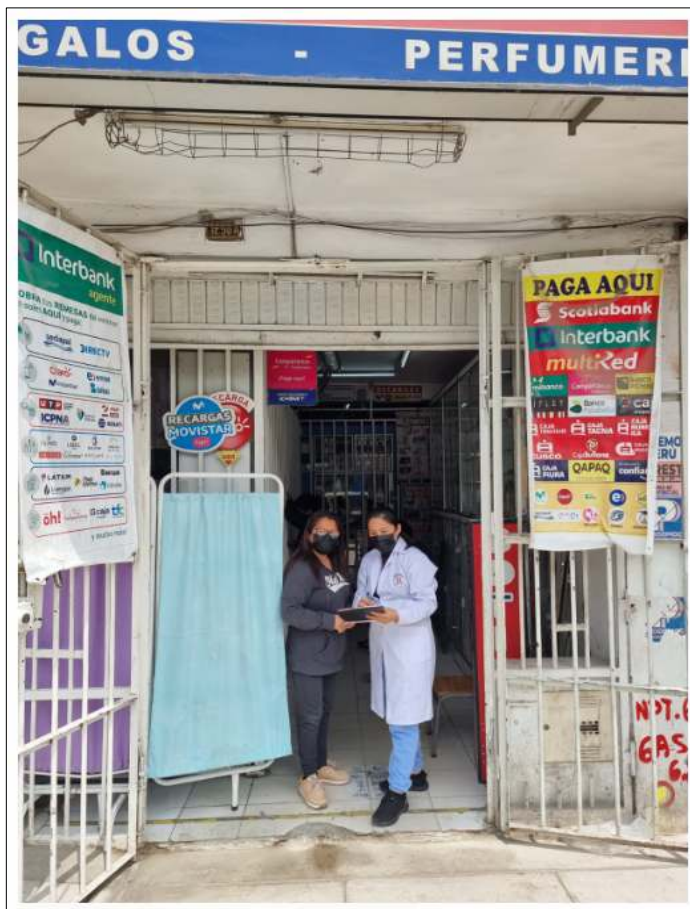


Maximiliano García Berru
Propietario de la Oficina Farmacéutica
DNI N° 43449563

ANEXO N°06

FOTOS DE EJECUCIÓN DEL ESTUDIO









MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: Relación entre la calidad de servicio en dispensación y fidelización de los usuarios de la Botica F&C Farma, Collique – Comas, 2022.

AUTOR: Bachilleres Irureta Díaz Sheila Noelia y Paucar Ccapera Juana.

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	ESCALA	METODOLOGÍA
----------	-----------	-----------	-------------	--------	-------------

<p>7. ¿Cuál es la fidelización respecto a la fidelidad de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022?</p> <p>8. ¿Cuál es la fidelización respecto a la habitualidad de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022?</p>	<p>Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022.</p> <p>8. Determinar la fidelización respecto a la habitualidad de los usuarios que acuden a la Botica F&C Farma, Collique - Comas, año 2022.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - D2: Personalización. Indicadores: reconocimiento; identificación; adaptación. - D3: Satisfacción. Indicadores: expectativas; percepción; capacidad de respuesta. - D4: Fidelidad. Indicadores: compromiso; cumplimiento. - D5: Habitualidad Indicadores: repetición; frecuencia; duración; antigüedad; volumen. 	
--	--	--	--	--