

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE MEDICINA HUMANA
PROGRAMA DE ESTUDIO DE FARMACIA Y
BIOQUIMICA



Factores que influyen en la adquisición de medicamentos de especialidades farmacéuticas y genéricas en Botica Celendín Víctor Larco - Trujillo 2022

Tesis para optar el Título Profesional de Químico Farmacéutico

Autor:

Plasencia Espinoza, Diana Yuliza

Asesor:

Flores Ballena, Jaime

(Código ORCID: 0000-0002-2346-1040)

Nuevo Chimbote – Perú

2022

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS	ii
PALABRA CLAVE	iii
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD.....	iv
TÍTULO.....	v
RESUMEN.....	vi
i	
ABSTRACT.....	vii
INTRODUCCIÓN	1
METODOLOGÍA.....	7
Tipo y diseño de investigación	7
Población, muestra y muestreo	7
Técnicas e instrumentos de investigación.....	9
Procesamiento y análisis de la información.....	9
RESULTADOS	100
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	155
CONCLUSIONES	17
RECOMENDACIONES.....	18
ANEXOS	23

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Factores internos en la adquisición de medicamentos de especialidad y genéricos	13
Tabla 2	Factores externos que influyen en la adquisición de medicamentos de especialidad farmacéutica y genérica	15
Tabla 3	Nivel de adquisición de medicamentos de especialidad farmacéutica y genérica	17

1 Palabra clave

Tema	Factores internos y externos asociados a la decisión de compra de fármacos genéricos y de marca
Especialidad	Salud Pública

Keywords

Subject	Internal and external factors associated with the decision to purchase generic and brand name drugs
Speciality	Public health

Línea de investigación

Línea de investigación	Farmacia Clínica y Comunitaria.
Área de investigación	Ciencias Médicas y de Salud.
Subárea de investigación	Salud Pública
Disciplina de investigación	Ciencias del Cuidado de la Salud y Servicios.

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, Vicerrector de Investigación de la Universidad San Pedro:

HACE CONSTAR

Que, de la revisión del trabajo titulado "Factores que influyen en la adquisición de medicamentos de especialidades farmacéuticas y genéricas en Botica Celendin Victor Larco - Trujillo 2022" del (a) estudiante: **PLASENCIA ESPINOZA DIANA YULIZA**, identificado(a) con Código N° **1315100084**, se ha verificado un porcentaje de similitud del **16%**, el cual se encuentra dentro del parámetro establecido por la Universidad San Pedro mediante resolución de Consejo Universitario N° 5037-2019-USP/CU para la obtención de grados y títulos académicos de pre y posgrado, así como proyectos de investigación anual Docente.

Se expide la presente constancia para los fines pertinentes.

Chimbote, 29 de noviembre de 2023

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN



Dr. JAVIER MARTÍNEZ CARRIÓN
VICERRECTOR



NOTA: Este documento carece de valor si no tiene adjunta el reporte del Software TURNITIN.

2 Título

Factores que influyen en la adquisición de medicamentos de especialidad farmacéutica y genérica en Botica Celendín, Víctor Larco, Trujillo-2022.

3 Resumen

Nos propusimos determinar los factores asociados a la compra de medicamentos de especialidad farmacéutica y genéricos por los usuarios de la Botica Celendín Víctor Larco, Trujillo-2022. El estudio fue no experimental, transversal; explicativo y descriptivo. Se contó con la participación de 428 usuarios, con una muestra de 137 personas, la técnica aplicada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario, se encontró que los factores externos fueron: creencias, experiencia, entorno, ingresos, precios, tipo de medicamentos, y los factores internos fueron la experiencia, la decisión de compra, familiares y amigos, etc., Se concluyo que si existen factores que influyen en la decisión de compra de fármacos.

Palabras clave: Factores internos, factores externos, adquisición, especialidades farmacéuticas, medicamentos genéricos.

4 Abstract

We set out to determine the factors associated with the purchase of specialty pharmaceutical and generic medications by users of Botica Celendín Víctor Larco, Trujillo-2022. The study was non-experimental, cross-sectional; explanatory and descriptive. There was the participation of 428 users, with a sample of 137 people, the technique applied was the survey and the instrument was the questionnaire, it was found that the external factors were: beliefs, experience, environment, income, prices, type of medications, and the internal factors were experience, the purchase decision, family and friends, etc. It was concluded that there are factors that influence the decision to purchase drugs.

Keywords: Internal factors, external factors, acquisition, pharmaceutical specialties, generic drugs.

5 Introducción

Antecedentes y fundamentación científica

En el estudio de Torres (2021), evaluó la *percepción del uso de acetaminofén genérico comparándolo con el de marca en Bogotá-Colombia*. El estudio fue no experimental, transversal, contando con la participación de 271 usuarios. Concluyó que el medicamento genérico se consume por su bajo precio, en cambio los de marca realizan masivas en medios de comunicación fomentando la confianza por los de marca.

Mendoza et al (2019), estudiaron como se percibe los medicamentos genéricos vs a los de marca, en los pacientes hospitalizados, Lima-Perú, se encontró que la mitad de los participantes consideran que los medicamentos son menos efectivos que los medicamentos de marca, así también más económicos.

También en el estudio de Laime (2021), se encontró que los factores que influyen en la compra de medicamentos de marca o genéricos de la Botica Gianfarma Lima-Perú, participaron 109 clientes, el trabajo no experimental empleando un cuestionario, se encontró que el 43,2 % indicó que la edad influye en la decisión de compra de medicamentos; 67.5 % lo asocia a factores económicos y el 56,8% lo asocio a factores publicitarios.

Por otro lado, Correa (2018), evaluó la percepción y el conocimiento del tipo de medicamentos, en estudiantes de farmacia de la USP, Piura-Perú, participaron 80 estudiantes, la mayoría conoce al medicamento genérico, poca cantidad de ellos refieren que los de marca son mejores por el costo el 36,2 % considera una baja calidad de los fármacos genéricos.

También Quispe, (2021), estudio los diversos factores que intervinieron en la selección del fármaco a consumir, Moquegua- Perú, participando 382 usuarios, aplicándose una encuesta se mostró que el 58 % asociaron ala decisión a la actitud, estilo de vida y creencias del usuario; el 64% lo asocia a factores externos y un 49 %

lo relaciona a incentivos laborales y el marketing y promoción del producto farmacéutico.

Guzmán (2021), estudió los diversos factores que incluyeron en la compra de medicamentos tanto genéricos como de marca en las boticas, Arequipa-Perú, el estudio fue correlacional y no experimental, participaron 162 usuarios y se pudo concluir que los consumidores tienen preferencia por los medicamentos genéricos por el costo, sugerencia de amigos y familiares, también influye la marca o el laboratorio.

López (2018) estudio los factores para la adquirir fármacos en Cusco-Perú. El estudio fue transversal, se encontró que los factores que definen la compra fue el conocimiento en 47%, la edad 31% y la fe 21%. También se consideró el 37% la alternativa, precio el 31,5%, la receta del médico 56%.

Los medicamentos de especialidades se basan en registros de calidad, eficacia y seguridad, este producto contiene una molécula que trata la enfermedad, y cuenta las bases de estudios preclínicas y clínicos. (Rodríguez, Cruz, Cruz, & Alva, 2021, p.318)

Es un fármaco innovador, el que tiene mucha investigación y se emplea para o controlar alguna patología y si no es conocido se le otorga una patente con una marca sólida, de vanguardia y se gana el respeto y confianza de los usuarios (Ministerio de Salud, 2019).

Los medicamentos genéricos son comparables y se pueden emplear para reemplazar a los innovadores, se elaboran después que el innovador perdió la patente (Rodríguez et al., 2021).

El OMS menciona que los genéricos son bioequivalentes a los de marca, con los mismos componentes y formas farmacéuticas y lleva el nombre del principio activo (Ministerio de Salud, 2019).

La diferencia entre los fármacos de marca y los especializados son el nombre y apariencia (FDA), los genéricos tiene el mismo principio activo, la concentración, la forma farmacéutica y vía de administración. Los medicamentos especializados son

más costosos ya que han requerido cubrir gastos de investigación y comercialización. Las versiones genéricas se crean cuando expira la patente, lo que causa que los genéricos sean más cómodos económicamente (Cigna, 2018).

Dependiendo la satisfacción del comprador y experiencia el usuario decide su compra, donde se debe de tener cuenta el comportamiento, la marca, la experiencia de compra (González, 2021).

Según Kotler la toma de decisiones tiene cinco pasos: primero se identifica las necesidades, luego se busca la información, luego se evalúan las compensaciones, luego se decide la compra y finalmente se evalúa el comportamiento después de la compra.

Los indicadores están relacionados con el perfil de cada cliente, y sus motivos de compra del cliente, el Ministerio de Salud (2019), los factores cómo. a) accesibilidad, b) asequibilidad, c) calidad, d) cantidad y e) disponibilidad son los definen la decisión de compra, pero también se considera el costo del medicamento.

Kotler (2019, p.129), considera que cada persona adquiere cualidades en el hogar, casa, familia, religión, sociedad definen la compra, además de la edad, campo laboral, estilo de vida y personalidad, también existen factores como la motivación, percepción y aprendizaje, la percepción.

Los factores que interfieren con el acceso a los medicamentos están influenciados por el consumidor final. Como la predilección de la marca, lugar de compra, nombre del producto, ya que asocian la confianza, percepción del producto, confianza, aprendizaje, motivación, actitud, personalidad y la memoria; así también existen factores externos como la influencia de amigos y familia, la clase social a la que pertenece el usuario, estatus social, profesión, nivel de adquisición económica, consumo, la satisfacción, competencia de mercado, entre otros más. (Colet y Polio; (2014).

Justificación de la investigación

- Se justifica teóricamente ya que se busca ofrecer nueva información sobre la importancia de los fármacos genéricos y de marca, destacando la eficacia de los medicamentos genéricos.
- Metodológicamente se justifica ya se emplearán métodos, técnicas e instrumentos novedosos y validados, permitiendo un estudio más preciso de los tipos de fármacos.
- Socialmente se brindará información importante acerca de la eficacia de los medicamentos genéricos y de marca, resaltando que ambos productos son muy buenos y se pueden utilizar, dependiendo del nivel adquisitivo de los usuarios.

Problema

¿Cuáles serán los factores que afectan la elección de medicamentos genéricos y e marca en los usuarios de la Botica Celendín Víctor Larco, Trujillo-2022?

Conceptuación y operacionalización de las variables.

Definición conceptual.	Dimensiones.	Indicadores.	Escala de medición.
<p>Factores decisivos para la adquisición de fármacos.</p> <p>Describen los motivos internos y externos que los usuarios toman en cuenta para la compra del tipo de medicamento (Kotler, 2019).</p>	Factores-internos	Nivel de conocimiento.	Nominal/Ordinal
		Creencias.	
		Percepción de los medicamentos	
		Experiencia al adquirir el fármaco.	
		Memoria referente al medicamento.	
	Factores-externos	Clase social a la que pertenece.	
		Economía y nivel de adquisición.	
		Sugerencia de familiares y amigos.	
		Dedicación laboral.	
		Tipo de medicamentos	
		Precio de los medicamentos.	
		Publicidad de los medicamentos.	
		Ubicación del establecimiento farmacéutico.	

Hipótesis

Existe una elevada influencia de los factores externos e internos en la selección de medicamentos genéricos o de marca en los usuarios de la Botica Celendín Víctor Larco, Trujillo-2022.

Objetivos

Objetivo general

Determinar los factores asociados a la decisión de compra de fármacos genéricos o de marca en los usuarios de la Botica Celendín Víctor Larco, Trujillo-2022.

Objetivos específicos

1. Identificar los factores internos que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos y de marca en los usuarios de la Botica Celendín Víctor Larco, Trujillo-2022.
2. Hallar los factores externos que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos y de marca en los usuarios de la Botica Celendín Víctor Larco, Trujillo-2022.
3. Determinar el nivel de adquisición de medicamentos genéricos y de marca en los usuarios de la Botica Celendín Víctor Larco, Trujillo-2022.

6 Metodología

a) Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación:

La investigación es básica ya que incrementará la información del uso de medicamentos y genéricos (Rodríguez, 2020).

Diseño de investigación

Es descriptiva ya que mediante el cuestionario se recopilará la información y de detallando lo encontrado, además será transversal ya que los datos serán recopilados en un solo momento de la investigación, también será prospectivo porque la información será tomada en el mismo momento de la actividad medida (Hernández et al., 2014).

Diseño:

$$M \rightarrow Y_1$$

Donde:

M: Usuarios

Y₁: Observación referente a la decisión de compra entre genéricos y de marca.

b) Población, muestra y muestreo

Población

Está definida como personas, maquinarias, aseveraciones, archivos que el investigador desea analizar (Arias, et al., 2016). Nuestro estudio necesito de la población de 428 usuarios que adquieren medicamentos en la Botica Celendín en Víctor Larco durante un mes.

Criterios de inclusión

- Usuarios que acuden a la botica a comprar medicamentos
- Cliente que dan su consentimiento para participar de la investigación

Criterios de exclusión

- Usuarios que acudan a comprar dispositivos médicos, menos medicamentos.
- Usuarios con consentimiento de participación.

Muestra

Está definida como un subconjunto de la población (Baena, 2017). Se empleó la fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N - 1)(E)^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

n = Tamaño de muestra

N = Población = 416 usuarios

Z = Nivel de confiabilidad = 1,65

p = Probabilidad favorable = 0,5

q = Probabilidad desfavorable = 0,5

E = Error = 10% = 0.10

$$n = \frac{(416)(1.96)(1.96)(0.50)(0.50)}{(0.05)(0.05)(416 - 1) + (1.96)(1.96)(0.50)(0.50)}$$

$$n = 200$$

Con un valor ajustado de 137 usuarios.

Técnica de muestreo:

Se empleará el muestreo probabilístico, ya que se seleccionarán usuarios que compren medicamentos genéricos o de marca (Kinnear y Taylor., 1998).

c) Técnicas e instrumentos de investigación

Técnica

El estudio aplico la técnica de la encuesta ya que es un método adecuado para levantar información de los usuarios (Hernández Samperi et al., 2016). En nuestro caso se aplicó a los usuarios de establecimientos farmacéuticos.

Instrumento

Estuvo conformado por un cuestionario estructurado y validado donde se buscó determinar los factores externos e internos para la decisión de compra de medicamentos de marca o genéricos.

d) Confiabilidad y validez del instrumento

La confiabilidad esta asociada con la similitud de las respuestas al aplicar el instrumento (Hernández, et al., 2014), también se relaciona con la aceptación de resultados (Oviedo y Campo, 2005).

Nuestro instrumento fue validado por expertos, además de aplicarse la validez de contenido a un cuestionario de 18 preguntas, modificado de Guzmán (2021).

e) Procesamiento y análisis de la información

Los procesos estadísticos son muy importantes ya que nos perfilan el comportamiento de las variables según lo que se quiera investigar (Valderrama, 2015), para nuestro fin hallaremos el análisis descriptivo y lo representamos empelando tablas y figura, empleando el programa Excel para Windows.

7 Resultados

Tabla 1

Factores internos que definen la decisión de compra de medicamentos

Pregunta	Nivel	N°	(%)
Diferencia entre fármacos	Muchísimo.	6.00	4.40
	Mucho.	37.00	27.00
	Regular.	68.00	49.60
	Poco.	23.00	16.80
	Muy Poco.	3.00	2.20
	Total.	137.00	100.00
Influencia de las creencias	Muchísimo.	6.00	4.40
	Mucho.	48.00	35.00
	Regular.	62.00	45.30
	Poco.	20.00	14.60
	Muy Poco.	1.00	0.70
	Total.	137.00	100.00
Nivel de percepción	Muchísimo.	5.00	3.60
	Mucho.	45.00	32.80
	Regular.	66.00	48.20
	Poco.	20.00	14.60
	Muy Poco.	1.00	0.70
	Total.	137.00	100.00
Nivel de experiencia consumiendo fármacos genéricos.	Muchísimo.	39.00	28.50
	Mucho.	49.00	35.80
	Regular.	15.00	10.90
	Poco.	22.00	16.10
	Muy Poco.	12.00	8.80
	Total.	137.00	100.00
Nivel de experiencia consumiendo fármacos de marca.	Muchísimo.	16.00	11.70
	Mucho.	22.00	16.10
	Regular.	19.00	13.90
	Poco.	50.00	36.50
	Muy Poco.	30.00	21.,90
	Total.	137.00	100.00
Motivación por consumir productos de marca antes que genéricos	Muchísimo.	1.00	0.70
	Mucho.	33.00	24.10
	Regular.	50.00	36.50
	Poco.	32.00	23.40
	Muy Poco.	21.00	15.30
	Total.	137.00	100.00

Fuente: Elaboración propia.

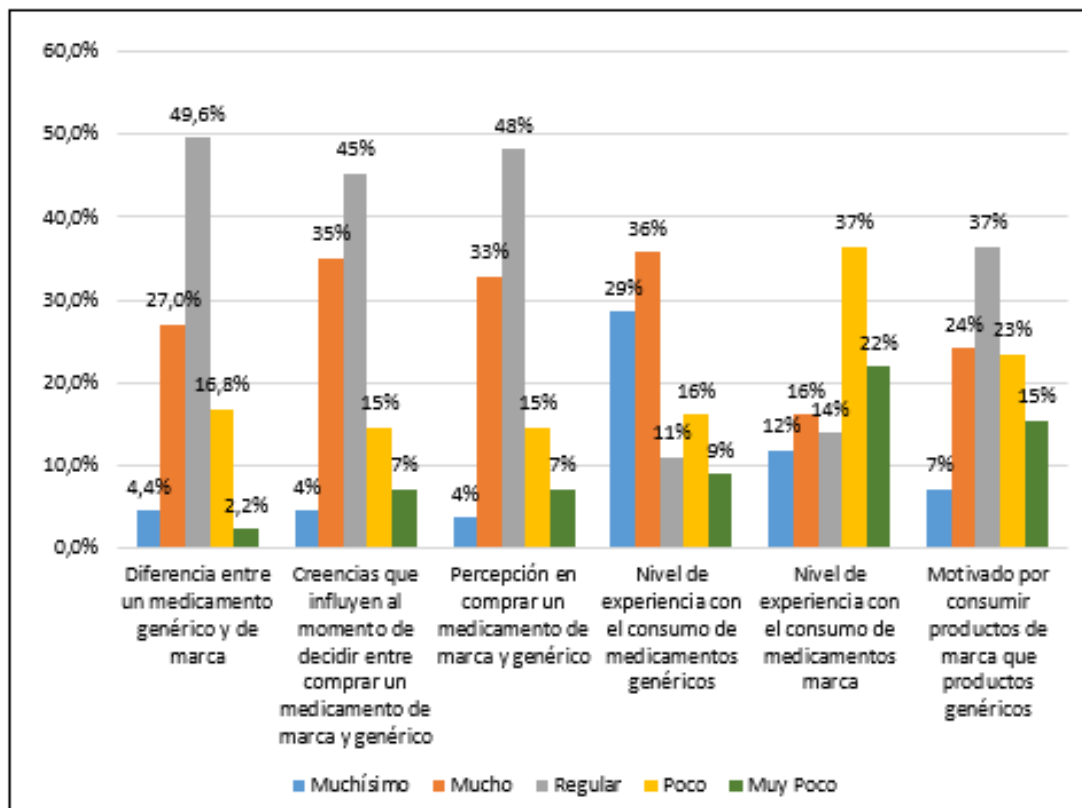


Figura 1. Factores internos que definen la decisión de compra de medicamentos

En la tabla 1 y figura 1, se muestra que un 49,6 % refiere conocer los tipos de medicamentos con nivel regular, el 45% muestra una creencia regular, el 48% tiene una percepción regular de los medicamentos, el 36% señala un buen nivel de experiencia al consumir genérico, mientras que el 37% manifiesta poca experiencia con los medicamentos comerciales, finalmente el 37% de los usuarios manifiestan una motivación regular al consumir medicamentos genéricos y de marca.

Tabla 2*Factores externos que definen la decisión de compra de medicamentos*

Preguntas	Nivel	N°	(%)
Clase social	Muchísimo.	1.00	0.70
	Mucho.	38.00	27.70
	Regular.	59.00	43.10
	Poco.	38.00	27.70
	Muy poco.	1.00	0.70
	Total.	137.00	100.00
Ingresos	Muchísimo.	10.00	7.30
	Mucho.	57.00	41.60
	Regular.	29.00	21.20
	Poco.	39.00	28.50
	Muy poco.	2.00	1.50
	Total.	137.00	100.00
Influencia de familiares y amigos	Muchísimo.	5.00	3.60
	Mucho.	17.00	12.40
	Regular.	76.00	55.50
	Poco.	39.00	28.50
	Muy poco.	137.00	100.00
	Nivel	N°	(%)
Ocupación laboral	Muchísimo.	11.00	8.00
	Mucho.	54.00	39.40
	Regular.	44.00	32.10
	Poco.	26.00	19.00
	Muy poco.	2.00	1.50
	Muchísimo.	137.00	100.00
Tipo de medicamento	Muchísimo.	5.00	3.60
	Mucho.	78.00	56.90
	Regular.	48.00	35.00
	Poco.	6.00	4.40
	Muy poco.	137	100.00
Precio	Muchísimo.	10.00	7.30
	Mucho.	101.00	73.70
	Regular.	21.00	15.30
	Poco.	5.00	3.60
	Muy poco.	137.00	100.00
publicidad	Muchísimo.	2.00	1.50
	Mucho.	9.00	6.60
	Regular.	58.00	42.30
	Poco.	39.00	28.50
	Muy poco.	29.00	21.20

	Muchísimo.	137.00	100.00
	Muchísimo.	1.00	0.70
	Mucho.	19.00	13.90
Ubicación	Regular.	55.00	40.10
	Poco.	41.00	29.90
	Muy poco.	21.00	15.30
	Muchísimo.	137.00	100.00

Fuente: Elaboración propia.

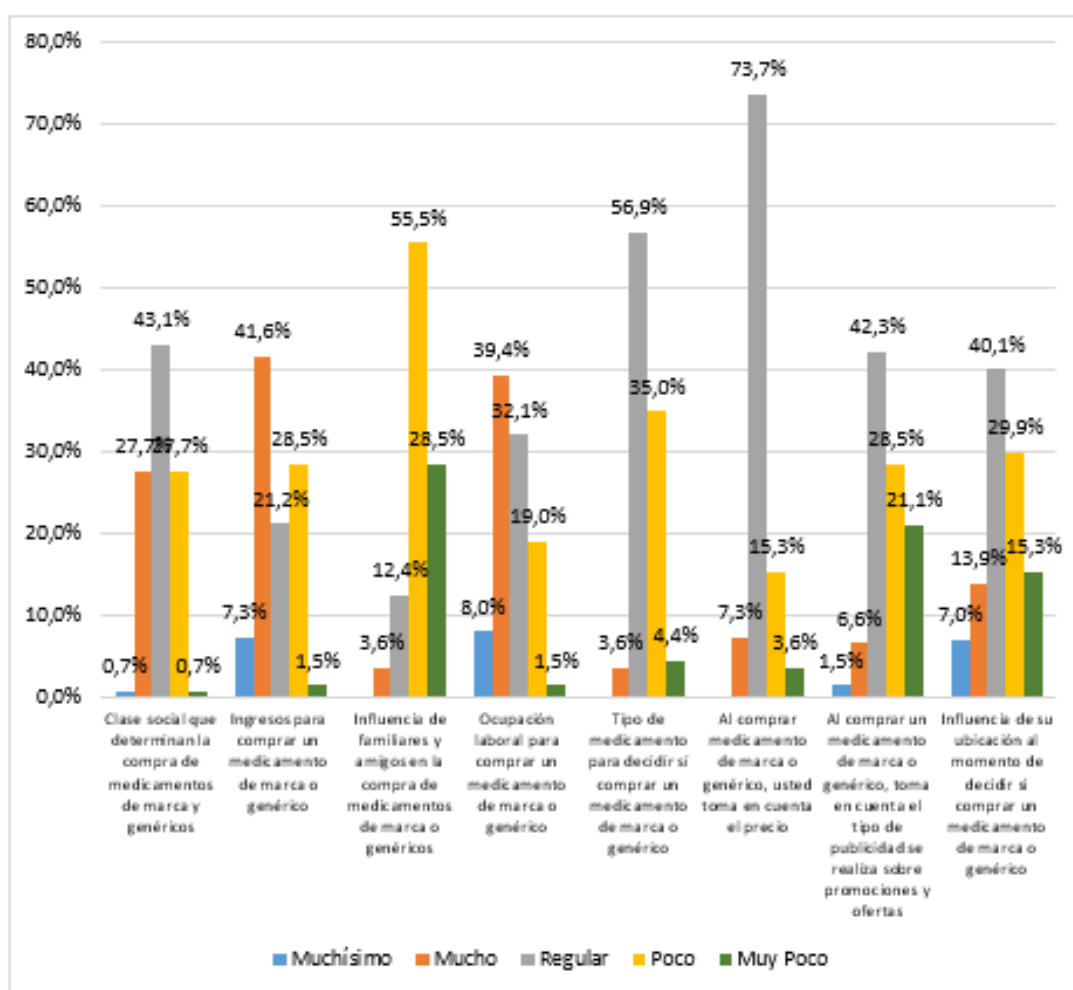


Figura 2. Factores externos que definen la decisión de compra de medicamentos

De acuerdo a la tabla-1 y figura-1, se hace conocer los factores externos para la decisión del tipo de medicamento, donde el (43,1%) refiere que la decisión de compra

esta asociada a la clase social, el 41,6% cuenta con buenos ingresos, el 55.5% la influencia de familiares y amigos es regular, el 39,4% presentan ocupación laboral buena, una decisión del tipo de medicamento bueno del 56,9%, un 73,3% de decisión e compra por el precio bueno, el 43,2% esta influenciado por la publicidad de manera regular y un 40,1 % de ubicación para la compra de medicamento de nivel regular.

Tabla 3

Nivel de adquisición de medicamentos de marca y genéricos

	N°	(%)	
Nivel	Fármaco genérico	93.00	67.80
	Fármaco de marca	44.00	32.20
Total		137.00	100.00

Fuente: Elaboración propia.

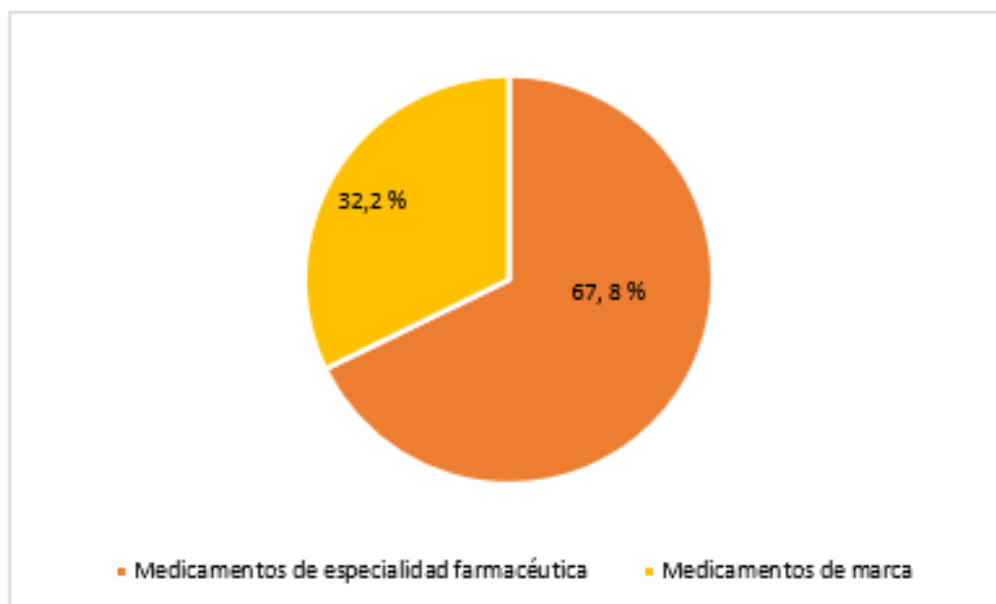


Figura 3. Nivel de adquisición de medicamentos de marca y genéricos.

La tabla 3 y figura 3, el 32.2% adquieren medicamentos de marca, el 67,8 % prefiere los de especialidad farmacéutica.

8 Análisis y discusión

En la tabla 1-2 y figura 1-2, siendo los que más influyeron el precio y tipo de medicamentos, el ingreso del usuario, la experiencia del consumidor y la frecuencia de compra, estos resultados son similares a los reportados por López (2018) y Quispe (2021), quienes manifestaron que los factores que influyeron en su decisión de compra fueron las creencias, cultura y percepción; y los factores externos fueron los ingresos mensuales de los usuarios, la publicidad recibida por radio, TV, etc. y el tipo de medicamentos.

Además, los factores internos que influyeron en cual medicamento consumir fueron la experiencia (64.3%), el nivel de conocimiento (49.6%), la percepción (48.2%), las creencias (45.3%), experiencia con medicamentos de marca (21.9%), la motivación de (38.7%). Lo que se asemeja a los resultados reportados por Quispe (2021), quien encontró que un 58% asociado a sus actitudes, la forma de ser del usuario, sus creencias que pueden ser religiosas y la percepción de estos medicamentos.

Los factores externos encontrados fueron el tipo de medicamentos y su procedencia. Asociándose el precio del medicamento (81%), el tipo de medicamento ofertados por la farmacia o botica que se recetaron (60.5 %), el tipo de ingresos mensuales (48.9 %), la ocupación laboral (47.4%); y en menor grado la clase social en la que viven los usuarios (43.1%), la influencia de amigos y sugerencias de sus familiares (55.5%), la publicidad en diversos medios de comunicación (42.3%), y la ubicación del establecimiento farmacéutico (40.1%). Los resultados concuerdan con los de Laime (2021), quien encontró que el 67,6% menciona que el costo afecta la decisión de compra; el 56,8% lo asocia a factores, igualmente Guzmán (2021), quien considera que el precio, influencia de amistades, los compañeros del trabajo, familiares, marca, laboratorio farmacéutico, la publicidad y el precio influyen en la decisión de compra.

En la tabla 3 y figura 3, se encontró que el 67,8 % compra fármacos de especialidad farmacéutica, el 32,2 % adquiere los medicamentos de marca, asociado al costo ya que se ha demostrado la eficacia de ambos, algunos respetan lo indicado en la receta

médica, son pocos los que manifiestan que los genéricos no son de buena calidad, cuyos resultados son similares a los reportados por Mendoza et al., (2019), habiendo todavía usuarios que no conocen las bondades terapéuticas de los medicamentos genéricos, siendo uno de los puntos a reforzar por las entidades farmacéuticas.

9 Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

1. Los factores que influyen en la decisión de compra de los fármacos en la Botica Celendín, tanto internas y externas están asociadas a la decisión de compra individual asociada a las experiencias previas y las creencias del usuario, así mismos afecta el precio y tipo de los medicamentos, entre otros.
2. Lo factores internos esta relacionada a las experiencia positiva o negativa que recibió el usuario, así como las creencias personales, y sus percepciones.
3. Los factores externos más relevantes son el precio y el nivel de adquisición del usuario, tipo de fármaco, lugar del establecimiento, y en menor proporción por la publicidad en Tv, radio e internet, amigos y familiares, así como el nivel social al que pertenecen los usuarios.
4. Los usuarios de la botica en estudio compran en menor cantidad el medicamento de maraca y utilizan más el genérico, aunque existe una menor cantidad que solo respetan lo que dice la receta médica y no conoce si hay diferencia o no entre ellos.

Recomendaciones

1. Se debe estudiar la motivación de compra para diagnosticar e informar al usuario referente a los medicamentos de marca y de especialidades genéricas.
2. Considerar a los medios de comunicación para puedan informar a la población usuaria sobre las bondades de los medicamentos de marca y de especialidades.
3. Realizar estudios para medir la opinión de los usuarios y que las empresas relacionadas a tomar acciones e incorporar actividades para mejorar el conocimiento del uso de los fármacos.

10 Referencias bibliográficas

- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. N., & Miranda-Navales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: La población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), p.202. <https://doi.org/10.29262/ram.v63i2.181>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. 3° ed. México: Mcgrawhill
- Cigna, (2018). *Medicamentos de marca vs. Genéricos*. Recuperado de <https://www.cigna.com/es-us/individuals-families/understanding-insurance/generic-vs-brand-name-drugs>
- Colet, R.y Polio, J. E. (2014). *Proceso de venta*. México: Editorial McGraw-Hill
- Correa, C. (2018). *Evaluación del conocimiento y percepción sobre medicamentos genéricos de los estudiantes de Farmacia y Bioquímica de la Universidad San Pedro, Filial Sullana, en el año 2018* (tesis de pregrado). Universidad San Pedro, Sullana, Piura. Recuperado de http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/usanpedro/10732/tesis_60508.pdf?sequence=1&isallowed=y
- Gonzales, A. E. (2021). Comportamiento del consumidor y su proceso de decisión de compra. El nuevo camino del consumidor. *Gestión En El Tercer Milenio*, 24(48), 101–111. Recuperado de <https://doi.org/10.15381/gtm.v24i48.21823>
- Guzmán, J. I. (2021). *Factores que influyen en la compra de medicamentos de marca y genéricos en clientes de una cadena de boticas – Mollendo. Arequipa, 2019* (tesis de pregrado) Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú. Recuperado de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12920/11183/B3.2264.MG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Kotler, P. (2019). *Marketing* (16° ed.). Mexico: Editorial Pearson
- Kinncar, C y Taylor, R. (1998). *Investigación de mercados*. México. Mc. Graaw Hill.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Ed. Mc. Graw Hill.
- Hernández Sampieri, R, Fernández, C & Baptista, P. (2016). *Metodología de la Investigación*. México D.F, México: McGraw-Hill.

- Laime, E. M. (2021). *Factores que influyen en la compra de medicamentos de marca y genérico en la Botica Gianfarma Puente Piedra - Lima, 2021* (tesis de pregrado). Universidad Privada Interamericana para el Desarrollo, Lima. Perú. Recuperado de http://repositorio.unid.edu.pe/bitstream/handle/unid/165/T117_70238846_TF.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- López, D. (2018). *Factores que influyen en la adquisición de medicamentos de marca y genéricos en la farmacia de la Clínica San Juan de Dios Cusco* (tesis de maestría) Universidad César Vallejo, Cusco, Perú. Recuperado de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33856/lopez_1d.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mendoza, G., et al (2019). Percepción de la población con respecto a medicamentos genéricos frente a los de marca en hospitales del Perú. *Revista Cad. Saúde Pública* 35 (10), 1-13. Recuperado de <https://www.scielosp.org/pdf/csp/2019.v35n10/e00065118>
- Ministerio de Salud, (2019). *Proyecto Ley. Ley que otorga el carácter de obligatorio a la prescripción y dispensación de medicamentos genéricos en todos los establecimientos de salud, farmacias y boticas*. Congreso de la República del Perú. Recuperado de https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/Proyectos_de_Ley_y_de_Resoluciones_Legislativas/PL0480120190916.pdf
- Oviedo, H. C. y Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(4), 572-580. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/806/80634409.pdf>
- Quispe, Y. L. (2021). *Factores que intervienen en la decisión de compra de medicamentos en las farmacias y boticas de la provincia mariscal nieta, Región Moquegua, 2019* (tesis de pregrado). Universidad Jose Carlos Mariategui, Moquegua, Perú. Recuperado de http://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/1078/Yael_tesis_titulo_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Rodríguez, Daniela. (17 de septiembre de 2020). Investigación básica: características, definición, ejemplos. Lifeder. Recuperado de <https://www.lifeder.com/investigacion-basica/>.
- Rodríguez, L., Cruz, L., Cruz, C., & Alva, P. (2021). Biopharmaceutical quality and interchange of drugs. *Ars Pharmaceutica (Internet)*, 62(3), 315-327. Recuperado de <https://dx.doi.org/10.30827/ars.v62i3.15917>
- Torres, J. (2021). *Estudio de percepción del acetaminofén genérico vs la marca en la ciudad de Bogotá* (tesis de maestría). Colegio de estudios Superiores en Administración, Bogotá. Recuperado de https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/4182/MDM_1130590_679_2021_1.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Valderrama, S. (2015). Pasos para elaborar proyectos de investigación científica (2.a ed., Vol. 1). Alianza Editorial.

11 Agradecimiento

Agradecer a Dios, por darme la fortaleza necesaria para terminar mi carrera con éxito.

A la UNIVERSIDAD SAN PEDRO y a todos sus maestros, por dedicar día a día lo mejor de sus conocimientos.

A mi asesor QF. Jaime Flores Ballena, por guiarme en el desarrollo de mi tesis.

A mis padres y hermanos por el apoyo brindado en todo el tiempo que lo necesite.

A mis jefes y compañeros de trabajo, por su apoyo y comprensión.

12 Anexos

Anexo 1

Autorización de la institución donde se va a realizar la recolección de los datos



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE MEDICINA
ESCUELA DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA



"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Trujillo, 03 de Mayo del 2022

BOTICA CELENDIN

Q.F Héctor Melvin Sánchez Moreno

Presente



Estimado Doctor

Por medio de la presente me dirijo a Usted para hacer llegar mi más cordial saludo y al mismo tiempo manifestarle lo siguiente:

Que estando en proceso de investigación sobre Factores que influyen en la adquisición de medicamentos de especialidades farmacéuticas y genéricas, etc. existe la necesidad de aplicar una encuesta a los usuarios externos de su establecimiento que tan dignamente usted dirige; por lo que solicito a Usted se conceda el permiso respectivo a la Bachiller en Farmacia y Bioquímica Srta. **PLASENCIA ESPINOZA, DIANA YULIZA**, para la aplicación de su herramienta de trabajo (Encuesta).

Sin otro particular quedo de Usted, reiterando mis sentimientos de mayor consideración y estima personal.

Atentamente.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN PEDRO
HOSPITAL REGIONAL ENGENDESA
JUAN CARLOS BUITRAGO
C.O.P. 2019
RESERVA DE FARMACIA

BOTICAS CELENDIN
Q.F. HÉCTOR MELVIN SÁNCHEZ MORENO
DIRECTOR TÉCNICO
C.O.F.P. 20193

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos

El presente cuestionario ha sido tomado como referencia del estudio de Guzmán (2021), siendo adaptado de acuerdo al presente estudio.

	UNIVERSIDAD SAN PEDRO FACULTAD DE MEDICINA HUMANA PROGRAMA DE FARMACIA Y BIOQUIMICA
Cuestionario para medir conocer los factores que influyen en la adquisición de medicamentos de especialidad farmacéutica y genérica en la Botica Celendín - Víctor Larco.	
Estimado(a) Sr. El presente instrumento forma parte del trabajo de investigación titulado: “ Factores que influyen en la adquisición de medicamentos de especialidad farmacéutica y genérica en Botica Celendín-Víctor Larco, Trujillo - 2022 ”. Las preguntas son de carácter reservado y privado.	
DATOS GENERALES	
1. Edad: 18-33 años () 34-49 años () 50-65 años () Más de 65 años ()	
2. Género: Masculino () Femenino ()	
3. Grado de instrucción: Sin estudios () Primaria () Secundaria () Superior ()	
4. Estado civil Soltero (a) () Casado (a) () Conviviente () Divorciado () Viudo(a) ()	
5. Mayormente qué tipo de medicamento compra: De marca () Genérico ()	
FACTORES INTERNOS	
6. ¿Conoce usted la diferencia entre un medicamento genérico y de marca? Muchísimo () Mucho () Regular () Poco () Muy poco ()	
7. ¿En qué medida sus creencias influyen al momento de decidir entre comprar un medicamento de marca y genérico? Muchísimo () Mucho () Regular () Poco () Muy poco ()	
8. ¿Qué tanto influye su percepción en comprar un medicamento de marca y genérico?	

Muchísimo () Mucho () Regular () Poco () Muy poco ()
9. ¿Cuál es su nivel de experiencia con el consumo de medicamentos genéricos y de marca? Genérico: Muchísimo () Mucho () Regular () Poco () Muy poco () Marca: Muchísimo () Mucho () Regular () Poco () Muy poco ()
10. ¿Se siente más motivado por consumir productos de marca que productos genéricos? Muchísimo () Mucho () Regular () Poco () Muy poco ()
Factores externos
11. ¿En qué medida su clase social determinan la compra de medicamentos de marca y genéricos? Muchísimo () Mucho () Regular () Poco () Muy poco ()
12. Para comprar un medicamento de marca o genérico ¿Depende de su economía, es decir de sus ingresos? Muchísimo () Mucho () Regular () Poco () Muy poco ()
13. ¿Cuál es el nivel de influencia de familiares y amigos en la compra de medicamentos de marca o genéricos? Muchísimo () Mucho () Regular () Poco () Muy poco ()
14. Para comprar un medicamento de marca o genérico ¿Depende de su ocupación laboral, es decir de sus ingresos? Muchísimo () Mucho () Regular () Poco () Muy poco ()
15. ¿Según el tipo de medicamento, usted decide si comprar un medicamento de marca o genérico? Muchísimo () Mucho () Regular () Poco () Muy poco ()
16. ¿Para comprar un medicamento de marca o genérico, usted toma en cuenta el precio? Muchísimo () Mucho () Regular () Poco () Muy poco ()
17. ¿Para comprar un medicamento de marca o genérico, toma en cuenta el tipo de publicidad se realiza sobre promociones y ofertas? Muchísimo () Mucho () Regular () Poco () Muy poco ()
18. ¿De acuerdo a su ubicación, esto influye al momento de decidir si comprar un medicamento de marca o genérico? Muchísimo () Mucho () Regular () Poco () Muy poco ()

Anexo 3

Validación de juicio de expertos y confiabilidad

Factores que incluyen en la adquisición de medicamentos de especialidades farmacéuticas y genéricas en Botica Celendín Victor Larco – Trujillo 2022

INFORME DE VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

La validación de la ficha de recolección se realizó por juicio de expertos, para lo cual participaron 3 expertos en el área.

JUICIO DE EXPERTOS

Nombres y Apellidos: María Elizabeth Vásquez Sánchez. Nº Experto: 3. Grado Académico: Magister
Fecha: 02 Agosto 2022

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta le solicitamos su opinión sobre la ficha de recolección que se adjunta. Marque con una X (aspa) en SI o NO en cada criterio según su opinión. Marque SI, cuando el ítem cumpla con el criterio señalado o NO cuando no cumpla con el criterio. Tenga a bien anotar sus observaciones y sugerencias en los espacios correspondientes.

CRITERIOS	SI	NO	OBSERVACIONES
10. La ficha de recolección recoge la información que permite dar respuesta al problema de investigación.	X		
11. La ficha de recolección responde a los objetivos de la investigación.	X		
12. La ficha de recolección responde a la operacionalización de la variable.	X		
13. La estructura de la ficha de recolección es adecuada.	X		
14. La secuencia presentada facilita el llenado de la ficha de recolección.	X		
15. Los ítems son claros y comprensibles para la recopilación.	X		
16. El número de ítems es adecuado para la recopilación.	X		
17. Se debería de incrementar el número de ítems en la ficha de recolección.	X		
18. Se debe eliminar algunos ítems en la ficha de recolección.	X		

Aportes y/o sugerencias para mejorar el instrumento. _____


MARÍA ELIZABETH VÁSQUEZ
SÁNCHEZ
DNI N.º 48058104

Factores que incluyen en la adquisición de medicamentos de especialidades farmacéuticas y genéricas en Botica Celendín Victor Larco – Trujillo 2022

INFORME DE VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

La validación de la ficha de recolección se realizó por juicio de expertos, para lo cual participaron 3 expertos en el área.

JUICIO DE EXPERTOS

Nombres y Apellidos Ilquimiche Salvador Fany Elizabeth. Nº Experto: 1. Grado Académico: Magister
Fecha: 02 Agosto 2022

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta le solicitamos su opinión sobre la ficha de recolección que se adjunta, Marque con una X (aspa) en SI o NO en cada criterio según su opinión. Marque SI, cuando el ítem cumpla con el criterio señalado o NO cuando no cumpla con el criterio. Tenga a bien anotar sus observaciones y sugerencias en los espacios correspondientes.

CRITERIOS	SI	NO	OBSERVACIONES
10. La ficha de recolección recoge la información que permite dar respuesta al problema de investigación.	X		
11. La ficha de recolección responde a los objetivos de la investigación.	X		
12. La ficha de recolección responde a la operacionalización de la variable.	X		
13. La estructura de la ficha de recolección es adecuada.	X		
14. La secuencia presentada facilita el llenado de la ficha de recolección.	X		
15. Los ítems son claros y comprensibles para la recopilación.	X		
16. El número de ítems es adecuado para la recopilación.	X		
17. Se debería de incrementar el número de ítems en la ficha de recolección.	X		
18. Se debe eliminar algunos ítems en la ficha de recolección.	X		

Aportes y/o sugerencias para mejorar el instrumento.



Fany Ilquimiche Salvador
QUÍMICO FARMACÉUTICO
C.G.R. 18817
ILQUIMICHE SALVADOR FANY
ELIZABETH
DNI N.º 40695757

Factores que incluyen en la adquisición de medicamentos de especialidades farmacéuticas y genéricas en Botica Celendín Victor Larco – Trujillo 2022

INFORME DE VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

La validación de la ficha de recolección se realizó por juicio de expertos, para lo cual participaron 3 expertos en el área.

JUICIO DE EXPERTOS

Nombres y Apellidos: Luzgardo Cortez de la Cruz. N° Experto: 1. Grado Académico: Magister
Fecha: 02 Agosto 2022

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta le solicitamos su opinión sobre la ficha de recolección que se adjunta. Marque con una X (aspa) en SI o NO en cada criterio según su opinión. Marque SI, cuando el ítem cumpla con el criterio señalado o NO cuando no cumpla con el criterio. Tenga a bien anotar sus observaciones y sugerencias en los espacios correspondientes.

CRITERIOS	SI	NO	OBSERVACIONES
10. La ficha de recolección recoge la información que permite dar respuesta al problema de investigación.	X		
11. La ficha de recolección responde a los objetivos de la investigación.	X		
12. La ficha de recolección responde a la operacionalización de la variable.	X		
13. La estructura de la ficha de recolección es adecuada.	X		
14. La secuencia presentada facilita el llenado de la ficha de recolección.	X		
15. Los ítems son claros y comprensibles para la recopilación.	X		
16. El número de ítems es adecuado para la recopilación.	X		
17. Se debería de incrementar el número de ítems en la ficha de recolección.	X		
18. Se debe eliminar algunos ítems en la ficha de recolección.	X		

Aportes y/o sugerencias para mejorar el instrumento. _____


LUZGARDO CORTEZ DE LA CRUZ
DNI N.º 40636060

Dr. Luzgardo Cortez De la Cruz
QUIMICO FARMACEUTICO
C. O. F. P. 16977

Anexo 4

Matriz de consistencia

Problema	Variables	Objetivos	Hipótesis	Metodología
<p>¿Cuáles son los factores que influyen en la adquisición de medicamentos de especialidad farmacéutica y genérica en la Botica Celendín Víctor Larco - Trujillo 2022?</p>	<p>Factores en la adquisición de medicamentos</p>	<p>Objetivo general Determinar cuáles son los factores que influyen en la adquisición de medicamentos de especialidad farmacéutica y genérica en la Botica Celendín Víctor Larco –Trujillo 2022.</p> <p>Objetivos específicos Identificar los factores internos que influyen en la adquisición de medicamentos de especialidad farmacéutica y genérica en la Botica Celendín Víctor Larco -Trujillo 2022. Identificar los factores externos que influyen en la adquisición de medicamentos de especialidad farmacéutica y genérica en la Botica Celendín Víctor Larco - Trujillo 2022. Identificar el nivel de adquisición de medicamentos de especialidad farmacéutica y genérica en la Botica Celendín Víctor Larco - Trujillo 2022.</p>	<p>Los factores internos y externos influyen en la adquisición de medicamentos de especialidad farmacéutica y genérica en la Botica Celendín Víctor Larco - Trujillo 2022.</p>	<p>Tipo de Investigación: Aplicada</p> <p>Diseño de Investigación: No experimental, de tipo transversal descriptivo explicativo</p> <p>Población y Muestra: conformada por 416 usuarios, siendo la muestra de 137</p> <p>Técnica e Instrumento de recolección de datos: Encuesta- Cuestionario</p>

Anexo 5

Consentimiento informado

TÍTULO DEL ESTUDIO:

Factores que influyen en la adquisición de medicamentos de especialidades farmacéuticas y genéricas en Botica Celendín Víctor Larco - Trujillo 2022

BACHILLER:

Plasencia Espinoza, Diana Yuliza

UNIVERSIDAD SAN PEDRO

Yo (Nombres y Apellidos)

con DNI..... con domicilio en.....

A través del presente documento expreso mi voluntad de participar en la investigación aportando mi información a través de la encuesta que se me realizará, he sido informada en forma clara y detallada sobre el propósito y naturaleza del estudio asimismo indicar que mi participación es VOLUNTARIA; además, confío en que la investigación se utilizará adecuadamente, asegurándome la COMPLETA confidencialidad.

Por lo tanto, acepto participar en la siguiente investigación.

TRUJILLO,....de.....del 2022

Anexo 6

Base de datos

	Edad	Género	Grado_instrucción	Estado_civil	P_5
1	3	2	3	2	2
2	2	2	3	2	1
3	3	2	4	3	1
4	2	2	3	3	2
5	1	1	5	3	2
6	2	2	3	2	2
7	3	2	3	3	2
8	2	1	3	1	1
9	2	2	3	3	2
10	2	1	1	3	2
11	1	1	2	2	1
12	3	2	3	3	2
13	3	2	2	3	2
14	3	2	3	3	1
15	2	2	3	3	1
16	1	1	5	4	2
17	3	2	4	3	2
18	2	1	2	3	1
19	3	2	3	3	2
20	2	2	4	2	2
21	1	1	4	1	1
22	2	2	3	3	2
23	2	2	4	3	1
24	1	2	4	2	2
25	3	2	2	3	1
26	2	1	3	3	2
27	2	2	4	3	1
28	1	2	3	1	2
29	2	1	4	5	1
30	3	2	2	5	1
31	1	1	4	1	2
32	1	1	2	1	2
33	2	1	3	3	2
34	2	2	3	3	2
35	1	1	3	2	2
36	2	2	3	3	1
37	1	1	2	3	2
38	2	1	3	3	1
39	2	2	3	2	2
40	1	1	3	1	2
41	3	2	4	4	1

42	2	2	2	3	2
43	1	1	3	3	1
44	1	1	2	3	2
45	1	2	3	2	1
46	2	1	2	3	1
47	3	2	2	2	2
48	3	1	3	3	2
49	2	2	4	2	1
50	2	1	3	3	2
51	3	2	3	3	2
52	2	2	3	2	1
53	2	2	3	3	2
54	2	2	3	3	2
55	3	1	1	3	2
56	3	1	3	2	1
57	2	2	2	3	2
58	1	1	3	1	2
59	2	2	2	3	2
60	1	2	2	3	2
61	1	1	3	3	1
62	2	2	4	2	2
63	2	2	2	1	1
64	2	1	3	3	2
65	1	1	3	3	2
66	3	2	3	3	2
67	2	2	2	3	1
68	2	2	2	3	2
69	1	2	3	2	2
70	1	2	3	1	2
71	4	2	1	3	2
72	2	2	3	3	1
73	1	2	3	3	2
74	1	1	4	2	2
75	2	2	3	2	2
76	3	2	3	3	2
77	2	2	3	2	2
78	3	2	3	3	2
79	2	1	2	3	2
80	2	2	3	2	1
81	1	2	2	2	2
82	2	2	3	3	2
83	2	2	2	3	2
84	2	2	2	2	2
85	3	1	2	3	2
86	3	1	4	2	2
87	3	1	2	3	2

88	3	1	2	4	2
89	3	2	2	3	2
90	3	2	4	3	1
91	2	2	4	2	1
92	1	1	2	2	2
93	1	1	3	3	2
94	2	2	4	2	1
95	1	2	3	3	1
96	1	2	3	3	1
97	1	2	3	3	1
98	1	1	4	2	1
99	1	1	4	2	1
100	1	1	4	2	1
101	3	1	3	3	2
102	2	2	3	2	2
103	2	2	3	2	2
104	2	2	3	2	2
105	2	2	3	2	2
106	1	2	3	1	2
107	2	1	4	3	2
108	1	2	4	2	2
109	1	1	3	3	2
110	1	1	3	3	2
111	1	2	4	1	1
112	1	2	4	2	1
113	1	2	4	1	1
114	2	2	4	1	1
115	1	1	3	2	2
116	2	2	4	3	2
117	2	2	4	2	2
118	2	1	4	3	2
119	2	2	3	2	3
120	1	2	2	2	2
121	2	1	3	3	1
122	2	2	4	2	1
123	2	2	4	2	2
124	2	1	4	2	1
125	2	2	4	3	2
126	1	2	3	3	2
127	1	2	3	3	2
128	1	2	3	3	2
129	1	2	2	3	2
130	2	1	4	2	2
131	1	2	4	2	2
132	2	2	4	2	2
133	1	1	3	2	2

134	1	1	3	2	2
135	2	2	3	3	2
136	2	2	3	2	2
137	2	1	4	1	1

	P_6	P_7	P_8	P_9	P_9_1	P_10	P_11	P_12	P_13	P_14	P_15	P_16	P_17	P_18
1	3	3	3	3	5	4	4	4	5	3	3	2	5	2
2	1	1	1	5	1	2	2	2	5	3	2	3	5	2
3	2	2	2	5	1	2	3	3	3	3	2	2	3	3
4	2	2	2	1	3	4	3	3	5	3	3	2	2	3
5	2	2	2	2	4	5	2	2	5	2	3	2	3	3
6	3	3	2	1	5	5	1	1	3	1	3	3	3	2
7	3	3	3	2	4	3	2	2	3	2	3	2	5	2
8	3	3	2	3	4	2	4	2	4	2	3	2	3	3
9	4	2	2	3	5	3	2	2	3	3	3	2	5	3
10	4	2	2	1	5	5	4	2	2	2	2	2	3	3
11	2	2	2	4	3	3	2	2	3	1	2	2	2	2
12	3	2	2	1	4	4	2	2	3	2	3	2	5	2
13	3	3	2	1	4	4	3	2	5	2	2	2	3	3
14	3	1	1	3	1	3	4	4	5	3	2	2	3	2
15	3	2	2	3	1	3	2	2	5	2	2	4	5	2
16	3	2	2	1	5	4	2	2	4	2	3	2	5	3
17	3	2	2	1	5	3	4	2	4	3	3	2	5	2
18	3	3	3	5	2	3	2	2	4	3	3	2	3	2
19	2	3	3	2	5	3	2	2	5	2	3	2	5	3
20	2	2	3	1	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3
21	2	2	2	4	2	2	2	3	5	5	2	2	2	2
22	3	2	3	3	5	3	3	3	5	3	3	2	4	3
23	2	2	2	5	2	2	3	3	4	4	3	3	5	3
24	3	3	3	2	3	3	3	3	5	3	3	2	4	3
25	3	2	2	5	1	2	4	4	5	4	4	4	5	3
26	4	3	3	2	4	4	2	2	4	2	4	2	5	3
27	1	1	1	5	1	2	2	2	5	2	1	2	2	3
28	4	3	3	2	4	3	3	4	3	2	2	2	3	4
29	1	2	2	2	1	2	3	4	5	4	2	3	3	3
30	1	1	2	5	2	2	3	4	4	3	2	4	3	3
31	2	2	3	2	4	2	2	2	4	2	3	2	4	2
32	3	3	3	2	5	2	2	2	4	2	3	2	3	4
33	2	2	3	2	4	5	2	2	4	3	3	2	4	3
34	3	3	2	2	4	4	2	2	4	2	2	2	2	3
35	3	2	2	2	4	5	4	5	3	2	2	2	3	1
36	2	2	2	4	2	2	4	2	5	3	2	2	3	2

37	3	2	3	1	3	5	4	4	5	4	2	2	3	3
38	2	2	2	5	1	2	3	3	5	3	3	2	5	3
39	2	3	3	1	5	5	2	2	5	2	2	2	4	2
40	3	3	2	1	4	5	2	2	5	2	2	2	5	3
41	1	1	1	5	1	2	5	5	5	5	1	4	1	2
42	3	2	2	2	3	5	2	2	5	3	3	2	4	3
43	3	2	2	5	3	3	2	2	5	3	2	2	5	3
44	4	4	4	2	5	5	2	2	3	2	1	1	5	2
45	1	2	2	4	2	2	2	2	5	2	2	2	2	3
46	2	2	2	4	2	2	3	3	5	3	3	2	3	3
47	3	3	2	1	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4
48	4	3	3	3	4	4	4	4	5	3	3	2	2	2
49	3	3	3	4	1	3	4	4	5	3	3	2	3	3
50	3	3	3	2	5	5	3	3	5	3	2	2	5	4
51	4	3	3	3	4	5	3	3	5	3	2	2	2	2
52	2	2	2	4	1	2	3	3	5	3	2	3	3	3
53	3	2	2	1	4	3	4	4	5	3	3	2	3	3
54	3	3	3	1	4	4	4	4	5	3	3	3	5	3
55	4	3	4	1	4	4	4	2	4	2	2	2	4	4
56	3	4	4	3	3	2	2	2	4	2	2	3	4	4
57	4	4	4	3	4	4	3	2	4	2	3	2	4	4
58	5	4	4	3	3	4	4	2	4	2	3	2	4	4
59	5	5	4	1	4	4	4	2	4	4	2	2	4	4
60	5	4	4	1	5	3	3	2	4	3	3	2	3	3
61	3	3	2	4	1	3	3	4	5	3	2	2	5	3
62	3	3	2	1	3	3	3	3	5	2	3	2	3	3
63	3	2	1	3	1	2	2	2	5	2	2	2	4	3
64	3	2	2	1	4	5	4	4	5	3	3	2	3	2
65	3	3	2	1	3	4	3	2	4	2	3	2	5	5
66	3	3	4	2	5	3	2	2	4	2	4	2	4	5
67	2	2	2	4	2	2	2	2	4	2	2	2	5	5
68	3	3	4	2	5	5	3	3	4	3	2	1	5	5
69	4	4	5	2	4	3	2	2	4	2	4	3	4	3
70	3	4	3	1	4	3	2	2	4	2	2	2	4	4
71	4	4	3	2	4	3	3	2	4	2	2	2	4	4
72	3	3	3	3	2	3	3	2	4	2	2	2	4	4
73	3	3	3	2	4	3	4	2	4	2	2	2	4	4
74	3	2	3	1	3	3	3	2	4	2	2	2	4	4
75	3	3	2	1	3	3	3	3	4	4	2	2	2	4
76	3	3	2	1	4	3	3	2	4	2	2	2	4	4
77	2	3	3	2	4	3	3	2	4	2	2	2	4	4
78	2	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4
79	3	3	3	2	4	3	3	2	4	2	2	2	4	4

80	2	2	2	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4
81	2	2	4	2	4	4	2	2	4	2	3	2	4	5
82	3	2	2	1	4	4	2	2	2	2	3	2	4	4
83	2	2	2	1	5	4	2	2	4	2	3	2	4	5
84	2	3	4	1	5	5	2	2	5	2	2	2	5	5
85	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	2	2	3	3
86	2	3	2	3	1	3	3	3	4	4	2	2	3	3
87	3	2	3	2	4	3	3	4	4	4	2	2	3	3
88	2	4	3	2	4	3	3	3	4	3	2	2	3	3
89	4	3	4	2	4	3	3	4	4	4	2	3	4	3
90	2	2	3	4	2	2	3	4	4	3	2	3	4	3
91	2	2	3	4	2	2	3	4	4	4	3	3	4	4
92	3	3	3	2	4	4	4	3	5	3	2	3	5	5
93	4	4	3	2	3	4	4	2	5	4	3	3	5	5
94	2	2	3	4	2	2	3	4	4	4	2	3	4	4
95	2	2	3	4	3	3	3	4	4	3	2	2	3	4
96	2	2	3	4	2	2	3	4	4	4	2	2	3	3
97	2	2	3	4	2	2	3	4	4	4	2	2	3	4
98	2	2	3	5	2	2	3	4	4	4	2	3	4	4
99	2	2	3	5	2	2	3	4	4	4	2	2	3	4
100	2	3	3	4	5	2	2	2	3	2	2	2	3	4
101	3	3	3	2	5	4	3	3	3	2	2	2	3	4
102	3	3	3	1	5	4	4	4	4	3	2	2	3	4
103	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3
104	3	3	3	2	4	4	3	2	3	3	2	2	3	4
105	2	3	3	2	4	3	3	4	4	2	2	2	4	3
106	3	3	3	2	4	4	2	2	4	4	2	2	3	3
107	4	4	4	1	3	3	4	4	4	2	2	2	3	5
108	3	3	3	2	4	3	3	4	4	2	2	2	4	4
109	3	3	3	2	4	3	3	4	4	4	2	2	3	3
110	3	3	3	2	5	3	3	4	4	3	2	2	3	3
111	3	3	3	2	5	3	3	3	4	4	2	2	3	4
112	3	3	3	2	4	3	3	4	4	3	2	2	3	4
113	2	3	3	4	2	2	3	3	3	4	2	2	4	3
114	3	3	2	4	2	2	3	3	4	4	2	2	3	3
115	4	4	3	2	4	5	4	1	4	1	3	1	3	4
116	4	4	4	2	5	5	4	1	4	1	3	1	5	5
117	3	3	3	1	4	4	3	4	4	2	2	2	3	5
118	3	3	3	1	4	2	4	4	2	3	2	2	3	5
119	2	1	4	4	4	3	3	2	2	2	2	2	3	4
120	3	3	3	1	5	3	3	4	4	3	2	2	3	4
121	3	2	3	1	5	4	4	4	3	3	2	2	3	3
122	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	4	2	3	4

123	3	3	3	2	4	4	4	3	3	4	2	2	3	3
124	3	3	3	4	2	3	3	4	4	2	2	2	3	3
125	4	4	4	2	5	3	4	1	4	1	3	1	3	5
126	4	4	4	1	5	5	4	1	4	1	3	1	3	4
127	4	4	4	2	5	5	4	1	4	1	3	1	5	5
128	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	3	1	4	5
129	4	4	4	1	5	5	4	1	4	1	3	1	5	5
130	3	3	3	1	5	5	3	3	3	1	1	2	3	5
131	3	3	3	1	4	3	3	4	4	2	2	2	3	5
132	3	3	3	1	4	4	4	1	4	3	3	2	3	5
133	4	4	3	1	4	4	4	1	4	1	3	3	3	4
134	4	4	3	2	4	4	4	1	4	1	3	1	5	5
135	3	3	2	3	2	3	4	3	4	3	2	3	4	4
136	3	2	2	2	1	2	2	2	4	2	2	2	3	3
137	2	2	2	2	1	1	2	2	4	2	1	3	1	3

Anexo 7

Formato de publicación en repositorio



USP
UNIVERSIDAD SAN PEDRO

REPOSITORIO INSTITUCIONAL DIGITAL
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN


1. Información del autor			
<i>Placinda Espinoza Diano Yulipa</i>	42459154	<i>Docente Titular</i>	<i>104</i>
<small>Apellido y Nombre</small>	<small>ID</small>	<small>Categoría Funcionaria</small>	
2. Tipo de Documento de Investigación			
<input checked="" type="checkbox"/> Tesis	<input type="checkbox"/> Trabajo de Grado de Grado Profesional	<input type="checkbox"/> Trabajo Académico	<input type="checkbox"/> Trabajo de Investigación
3. Grado Académico o Título Profesional			
<input type="checkbox"/> Doctoral	<input checked="" type="checkbox"/> Título Profesional	<input type="checkbox"/> Título Superior Capacitación	<input type="checkbox"/> Maestría <input type="checkbox"/> Licenciado
4. Título del documento de investigación			
<i>Factores que influyen en la adquisición de medicamentos de especialidades farmacéuticas y genéricas en Bogotá Colombia Vito Lano - Trujillo 2022.</i>			
5. Programa Sustentador			
<i>Farmacia y Bioquímica - Medicina Humana</i>			
6. Tipo de Acceso al documento			
<input checked="" type="checkbox"/> Acceso Público * (para el repositorio institucional)		<input type="checkbox"/> Acceso restringido * (para el repositorio institucional)	
<input type="checkbox"/> En caso de investigación sustentada realizar			

A. Originalidad del Archivo Digital

Por el presente bajo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador y forma parte del proceso que conduce a obtener el grado académico o título profesional.

B. Otorgamiento de una licencia CREATIVE COMMONS¹

El autor, por medio de este documento, autoriza a la universidad, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Institucional Digital, el cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.²



Huella Digital

Chimbote 28 / 01 / 2024

Placinda Espinoza

Firma

Notas:

1. Según el artículo 17 del Decreto 1074 de 2015 emitido por el Departamento Administrativo de la Función Pública, el autor de una obra de investigación por parte de una persona natural o jurídica profesional de la Universidad de San Pedro, debe otorgar una licencia de uso de su obra de investigación en el dominio público, para que esta pueda ser utilizada en el repositorio institucional de la Universidad de San Pedro, en formato digital, de manera íntegra y gratuita, de manera que se pueda acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.
2. El autor digital de una obra de investigación por parte de una persona natural o jurídica profesional de la Universidad de San Pedro, debe otorgar una licencia de uso de su obra de investigación en el dominio público, para que esta pueda ser utilizada en el repositorio institucional de la Universidad de San Pedro, en formato digital, de manera íntegra y gratuita, de manera que se pueda acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Anexo 8

Reporte de similitud

Factores que influyen en la adquisición de medicamentos de especialidades farmacéuticas y genéricas en Bótica Celendín Víctor Larco - Trujillo 2022

INDICADORES DE ORIGINALIDAD



FUENTES PROBLEMAS

1	Submitted to Universidad Nacional de Trujillo Trabajo del estudiante	10%
2	repositorio.uroosevelt.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.unid.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1%
6	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1%
8	Submitted to Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez Trabajo del estudiante	<1%

9	repositorio.ujcm.edu.pe Fuente de Internet	<1%
10	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1%
11	prezi.com Fuente de Internet	<1%
12	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	<1%
13	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1%