

UNIVERSIDAD ESAN



**DETERMINANTES DE LA ACEPTACIÓN Y USABILIDAD DEL MOBILE
PHARMACY POR CONSUMIDORES EN EL SECTOR FARMACÉUTICO
DEL PERÚ**

**Tesis presentada en satisfacción de los requerimientos para obtener el grado de
Magister en Dirección de Tecnologías de la Información por:**

Fabiola Andrea Tapia López

Carlos Alberto Córdova Torres

Mario David Auris Rodríguez

Programa de la Maestría de Dirección de Tecnologías de la Información

Lima, 12 de octubre de 2016

RESUMEN:

El motivo de la presente investigación es identificar los determinantes de la aceptación y usabilidad de la farmacia móvil por parte de los consumidores del sector farmacéutico del Perú, asimismo determinar cómo sería viable su adopción bajo los contextos sociales, legales y culturales actuales.

En los últimos cuatro años, el comercio electrónico en nuestro país ha estado creciendo a tasas del 8% anual y por debajo del promedio a nivel regional que está alrededor del 13%. En la actualidad el comercio electrónico a través de aplicativos móviles no se ha desarrollado en el sector farmacéutico en el Perú, a pesar del crecimiento que ha experimentado el sector impulsado por la presencia de grandes cadenas de farmacias a nivel nacional.

Este contexto nos muestra la oportunidad de realizar un estudio a fin de identificar y analizar los determinantes de la aceptación y usabilidad de la farmacia móvil. A partir de ello se definió un modelo de estudio basado en el modelo de aceptación tecnológica (TAM) y el modelo de usabilidad planteadas a partir de un análisis de un marco conceptual. Asimismo, se definió variables de contexto a partir del análisis del marco contextual.

Como parte de la metodología de la investigación se seleccionó el diseño mixto que permitió la recolección, análisis de datos cualitativos y cuantitativos y la forma en que fueron procesados. Asimismo, se utilizaron instrumentos de medición validados, con el que se pusieron a prueba las hipótesis planteadas a partir del modelo de investigación.

Para validar el modelo de investigación, se realizó un análisis cualitativo a través de entrevistas a profesionales con diferentes cargos que pertenecen a los diversos actores del mercado farmacéutico tanto del sector público como privado. Por otro lado, también se realizó un análisis cuantitativo a partir de la recolección de datos vía encuestas online a público en general. Finalmente se integró los resultados del análisis cualitativo y análisis cuantitativo, se confirmaron las hipótesis y se planteó un modelo simplificado identificando sus determinantes.

Con los datos y análisis obtenidos se identificó que el segmento de mercado al que podemos dirigirnos, son las personas cuyas edades oscilan entre los 21 y 50 años de edad, que si estarían dispuestos a comprar medicamentos usando aplicativos móviles.

Luego del análisis realizado, se concluye en catorce “determinantes” que se plantean en el modelo simplificado: Usabilidad (Diseño de la aplicación, Salida de la Interfaz, Gráficos de la Interfaz, Estructura de la Aplicación, Entrada de Datos, Utilidad de la Aplicación), Lealtad, Facilidad de Uso Percibida, Utilidad Percibida e Intención de Uso, y

de las variables de contexto tenemos a la Regulación, Modelo de Negocio, Factores Socio Culturales, Tecnología; para los que se han definido planes de acción específicos.

La investigación realizada ha llegado a demostrar que el modelo de estudio es confiable y aplicable al comercio electrónico móvil en el sector farmacéutico peruano, sus dimensiones provienen del modelo de aceptación tecnológica (TAM), y el modelo de Usabilidad, sumado a ello las variables de contexto.

Tomar en cuenta los determinantes hallados y los planes de acción planteados, permitirá ampliar la investigación a otros actores que interactúen con el proceso farmacéutico, así como construir planes de negocio en mobile commerce en el sector farmacéutico peruano.