



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES EN LA COMPRA  
DE MEDICAMENTOS DE MARCA Y GENÉRICOS PARA DETERMINAR LAS  
PREFERENCIA DEL CONSUMIDOR EN EL SECTOR DE LA ROLDOS (DMQ))  
2016

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

Autora: Geovanna Lizbeth Barragán Anzoátegui

Tutor: Dra. Estela montes

Lector: Dra. Cecilia Dávila

Quito- 2016

## DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se ha citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

---

Geovanna Lizbeth Barragán Anzoátegui

CI: 1725523466

## CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Geovanna Lizbeth Barragán Anzoátegui alumna de la Escuela de Salud de la carrera de Administración de Boticas y Farmacias, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

---

Geovanna Lizbeth Barragán Anzoátegui

CI: 1725523466

## AGRADECIMIENTO

Gracias Dios por darme la fuerza para seguir cada día sin tu infinito amor nada es posible. Gracias a mi familia por su apoyo y a los que amo con todo mi corazón. Agradezco a esta noble institución que me ha formado humana y profesionalmente, a cada uno de mis docentes por impartir sus conocimientos, a todos mis compañeros en el transcurso de estos años con los que he podido vivir experiencias únicas.

## **DEDICATORIA**

A mi padre celestial, que me acompaña siempre

Y me levanta,

A mis padres por darme todo lo necesario,

Esencialmente a mi mamá

Que es mi inspiración y ejemplo a seguir

Y su apoyo, que dieron frutos

A mis hermanas que son mi mayor felicidad

## RESUMEN EJECUTIVO

En nuestro país la industria farmacéutica maneja 471 millones de dólares, una importante suma de dinero que es destina al sector público. Con este monto se compra medicina genérica, esta se expende en todos los centros de salud y hospitales públicos. Pero que tanto saben los pacientes sobre esta medicina. Realmente saben que es lo que están consumiendo. Al comprar un fármaco se nos presentan dos alternativas, fármacos de marca y genérico. En los últimos tiempos se ha impulsado el uso y consumo de fármacos genéricos, ya que es el primero en ser recomendando.

Las personas tienen la opción de estos fármacos, ellos optan por cuál será el más conveniente, pero cuales son las razones de comprar genérico o comercial. Para esto se determinara las causas de la preferencia de los consumidores, diferencia de precios y todos los factores externo e internos que influyen en su decisión de compra.

El sector de la Roldós es un barrio popular de la ciudad de Quito, un barrio con un gran número de habitantes. La presencia de la salud y los medicamentos es esencial en el sector existen varias farmacias, pero estas no abastecen al gran número de habitantes, por el pequeño stock que manejan.

## ABSTRACT

Pharmacy industry is a central point in the economic progress all over the world, and an important part in people health. The industry has been improving its products or drugs, taking better relationship with the people and their health. Such important things like new presentations, making easier for people to buy the product. All these elements to sell the product make so important in the industry in the people. That's why when investigations improve drugs, industry assigns a patent to this new type of drug and industry assigns a generic name to the new product.

When the patent gets over, any industry or laboratory markets the product with its own name, but people get confused when they try to buy a generic product or a product from a private industry.

In Ecuador the industry gets 471 million dollars to bring generic products, for all over the country. Actually the government improves laws that make professionals give these generic products to people, to get them in any pharmacy. Inside this investigation, we should think and analyze the elements and knowledge that people have in the very moment to buy a product, between a generic product or a product from a private industry.

## INTRODUCCIÓN

A nivel mundial la industria farmacéutica mueve millones de dólares al año siendo un importante eje en la economía y sobre todo en la salud de cada uno de los habitantes. Con el transcurso del tiempo toda la industria evoluciona y se han comercializado medicamentos a gran velocidad, igualmente las industrias han tenido un alto índice en la producción de medicamentos.

Todas las industrias farmacéuticas han ido mejorando sus productos, y así también enfocándose en mejorar la salud de sus consumidores, lanzando al mercado nuevas presentaciones, mili gramajes, indicaciones detalladas y claras para cualquier usuario

La industria farmacéutica es de gran importancia en el mundo ya que está relacionada directamente a la salud humana y es por tanto que está sujeta a reglamentos, permisos y autorizaciones para que garanticen el consumo a cada una de las personas que los consumen

A medida que avanzan las investigaciones científicas en los fármacos se mejoran los medicamentos o se desarrollan nuevos fármacos a los cuales se les asigna una patente con un tiempo determinado y las industrias colocan nombres genéricos ya cuando se vence la patente cualquier laboratorio autorizado puede comercializar el genérico.

Fármaco de marca o genérico es la gran pregunta que todos se hacen, muchas personas ponen en balance el precio y no todos están informados sobre un medicamento genérico, todos piensan que no es lo mismo o que no tendrá el mismo efecto en el organismo que un fármaco de marca reconocido. En nuestro país se comercializa una gran variedad de medicamentos de los cuales se dispone de 471 millones de dólares para la adquisición de medicamentos genéricos para la salud pública de todos los ecuatorianos.

Actualmente se promueve en nuestro país el uso de medicamentos genéricos en la LEY DE PRODUCCIÓN, IMPORTACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y EXPENDIO DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS (2005) establece que todos los profesionales de la salud deben recetar los medicamentos genéricos, es decir colocar el nombre del medicamento genérico y poner en conocimiento al paciente de la disponibilidad de este medicamento.

Todos conocemos los medicamentos por los nombres comerciales y por eso los identificamos. Ahora con la utilización de los medicamentos genéricos las personas se ven muy confundidas y no saben en realidad como estos medicamentos le ayudaran.

Nuestra ciudad tiene muchos sectores con gran población y por ello tienen acceso a medicación pública los cuales entregan medicación genérica a los pacientes, pero cuando un paciente necesita una medicación rápida acude a la farmacia donde espera ser atendido y resuelvan su problema de salud. El dependiente pone a consideración del cliente que fármaco va a comprar ya sea genérico o comercial.

Por lo tanto el punto a considerar se encuentra en cuales son los parámetros que el cliente analiza para su compra, los clientes tienen opciones a escoger, precios y presentaciones.

La economía en sectores de nuestra ciudad también es fundamental por lo cual es necesario determinar las preferencias en los consumidores. Tomando en cuenta distintos factores y como actualmente se está desarrollando la industria farmacéutica en nuestro país.

## Índice

CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN EJECUTIVO.....	vi
ABSTRACT .....	vii
INTRODUCCIÓN.....	viii
ÍNDICE DE TABLA .....	xiii
ÍNDICE DE CUADROS .....	xiv
ÍNDICE DE GRAFICO .....	xv
CAPÍTULO I .....	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA: .....	1
1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	1
1.3 OBJETIVOS:.....	2
Objetivos generales: .....	2
Objetivos específicos: .....	2
CAPÍTULO II.....	3
2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO .....	3
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	5
2.3 FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL .....	7
.....	<b>Fármaco:</b>
.....	8
-Patente: .....	8
-Mercado: .....	8
-Las preferencias: .....	8
-Consumidor: .....	9
2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	9
2.5 FORMULACIÓN DE LAS PREGUNTAS DIRECTRICES DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
2.6 CARACTERIZACIÓN DE LAS VARIABLES – PREGUNTAS .....	12
2.7 INDICADORES.....	13

---

<b>CAPÍTULO III</b> .....	14
<b>3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	14
<b>3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA</b> .....	15
<b>3.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES</b> .....	17
<b>3.4 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	18
<b>3.5. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	20
<b>3.6. RECOLECCIÓN DE DATOS</b> .....	21
<b>CAPITULO IV</b> .....	22
<b>4.1 PROCEDIMIENTO Y ANÁLISIS DE CUADROS ESTADÍSTICOS</b> .....	22
<b>4.2 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS ESTADÍSTICO</b> .....	27
<b>4.3 RESPUESTAS A LA HIPÓTESIS O INTERROGANTES (PREGUNTAS DIRECTRICES)</b> .....	27
<b>CAPITULO V</b> .....	29
<b>5.1. ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGÍA QUE PROPONE COMO SOLUCIÓN)</b> .....	29
<b>5.2. JUSTIFICACIÓN (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGÍA QUE PROPONE COMO SOLUCIÓN) ANÁLISIS SPSS</b> .....	31
<b>5.3. DESCRIPCIÓN (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGÍA QUE PROPONE COMO SOLUCIÓN)</b> .....	32
<b>5.4. FORMULACIÓN DEL PROCESO DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA</b>	34
<b>CAPITULO VI</b> .....	35
<b>6.1. RECURSOS</b> .....	35
<b>6.2. PRESUPUESTO</b> .....	37
<b>6.3. CRONOGRAMA</b> .....	38
<b>CAPITULO VII</b> .....	40
<b>7.1. CONCLUSIONES</b> .....	40
<b>7.2 RECOMENDACIONES</b> .....	41
<b>REFERENCIAS:</b> .....	42

---

---

<b>ANEXOS .....</b>	<b>45</b>
---------------------	-----------

## ÍNDICE DE TABLA

<b>TABLA 1 .....</b>	<b>6</b>
<b>TABLA 2 .....</b>	<b>13</b>
<b>TABLA 3 .....</b>	<b>17</b>
<b>TABLA 4 .....</b>	<b>22</b>
<b>TABLA 5 .....</b>	<b>23</b>
<b>TABLA 6 .....</b>	<b>24</b>
<b>TABLA 7 .....</b>	<b>25</b>
<b>TABLA 8 .....</b>	<b>26</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>CUADRO 1.....</b>	<b>35</b>
<b>CUADRO 2.....</b>	<b>36</b>
<b>CUADRO 3.....</b>	<b>37</b>
<b>CUADRO 4.....</b>	<b>38</b>
<b>CUADRO 5.....</b>	<b>38</b>

## ÍNDICE DE GRAFICO

<b>GRÁFICO 1</b> .....	<b>22</b>
<b>GRÁFICO 2</b> .....	<b>23</b>
<b>GRÁFICO 3</b> .....	<b>24</b>
<b>GRÁFICO 4</b> .....	<b>25</b>
<b>GRÁFICO 5</b> .....	<b>26</b>

## **CAPÍTULO I**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:**

Este trabajo de investigación pretende estudiar el comportamiento de los consumidores, al presentárseles las opciones de los fármacos genéricos y fármacos de marca, así se puede establecer cuáles son las causas por las cuales prefieren comprar ciertos medicamentos.

### **1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Analizar el comportamiento de los consumidores en la compra de medicamentos de marca y genéricos para determinar las preferencia del consumidor en el sector de la Roldós (DMQ)) 2016

### 1.3 OBJETIVOS:

#### **Objetivos generales:**

Determinar cuáles son los fármacos de preferencia para los consumidores para establecer que tipos de fármacos son de mayor acogida en las personas.

#### **Objetivos específicos:**

- Identificar los fármacos más vendidos para establecer cuáles son los más comprados los genéricos o los de marca
- Establecer la diferencia en los precios de los medicamentos para ver si estos son un indicador en la compra.
- Identificar el conocimiento de los consumidores sobre fármacos genéricos y así determinar si la falta de información es una causa para su compra en los fármacos

## CAPÍTULO II

### 2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

En un estudio de mercado realizado por Health Market Research España (HMR, 2015), reveló en uno de sus últimos informes que el mercado farmacéutico ha tenido un incremento de 1,4 % una cifra considerable en comparación con el año anterior. Con este informe es notable que el mercado farmacéutico está en constante crecimiento y los productos tienen que estar a disposición del consumidor por lo cual es importante estudiarlo. El mercado farmacéutico es un sector muy amplio y de mucha importancia para todos los pobladores, y este ofrece dos importantes opciones a los consumidores que son fármacos de marca y genéricos.

El informe del HMR (2015) informa que el segmento genérico crece un 4,7 % y mientras tanto los medicamentos de marca se contraen un 1%, este mismo porcentaje se reflejó en año pasado manteniendo el margen. Considerando estas cifras es claro que los genéricos van tomando un espacio considerable en el mercado, esto no quiere decir que los fármacos de marca no tengan una notable presencia en el mercado. Ya que muchas personas prefieren los fármacos de marca, ante todo. En nuestro país se ha priorizado el consumo de genéricos ya que los expenden en los centros públicos de salud, de igual

manera se les exige a los médicos escribir el nombre genérico y de marca en la receta para de esta manera el paciente pueda comprar la que el desee.

“El mercado farmacéutico en el Ecuador” A partir de la Subasta Inversa Farmacéutica (2011) se produce una desaceleración del crecimiento del mercado farmacéutico privado, los laboratorios latinoamericanos y nacionales mantienen tasas de crecimiento de entre 8 y 9%, los laboratorios europeos y norteamericanos experimentan tasas nulas o hasta negativas de crecimiento. Ayala, M. (2014)

Los medicamentos entregados a las instituciones públicas se cuadruplicaron pasando de 15 millones de unidades a 65 millones en el 2011 y 57 millones en el 2012. Este crecimiento ha garantizado el mayor acceso de la población a los medicamentos y ha puesto en evidencia que los mecanismos del Sistema Nacional de Compras Públicas y el cumplimiento de los laboratorios han sido altamente eficientes. (p.25) Desde el 2012 el acceso a los medicamentos en el sector público y privado, en el sector público los medicamentos que se dispensan son genéricos por lo cual los consumidores tienen ya una relación con estos medicamentos desde ya hace varios años.

En un artículo de Pietro Rossi publicado en “Il Farmacista” determina El consumidor ha cambiado mucho en los últimos años. En los noventa se dejaba conquistar principalmente por el precio del producto en oferta. De este modo se explica la explosión de los supermercados, las rebajas y los descuentos. Incluso hoy en día el

precio es muy importante, pero se han producido algunos cambios. El cliente ya no está dispuesto a comprar productos que, siendo baratos, no responden. Con este antecedente se declara que en la actualidad los consumidores ya no se llevan por el precio, necesitan de un medicamento que les dé resultados, con calidad. El cliente hoy en día busca algo que le ayude con su problema de salud por lo tanto un estudio determinada que si prefieren los fármacos genéricos o de marca.

## 2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Los fármacos genéricos son aquellos con los mismos componentes y sustancias que un medicamento comercial o de marca, este debe cumplir con normas de calidad y seguridad para que los pacientes puedan consumirlos, estos pueden tener nombre genérico o, pueden ser identificados por el principio activo.

Los genéricos tiene un precio más baratos en relación a los medicamentos de marca en un artículo de visión salud (Venezuela 2012) determina que, cuando un fármaco es desarrollado por un laboratorio o entidad farmacéutica este tiene una exclusividad para elaborarlo lo cual dura 20 años, con el fin de poder recuperar los gastos de la investigación, una vez terminado el plazo de exclusividad cualquier laboratorio puede comercializarlo, al no gastar en marketing ni publicidad ya que los genéricos no tiene marca es como los precios se reducen, “medicamento genérico” lo único que se exige es que se tiene que vender un 40% más barato que su homólogo de

marca”, nos cuenta el director general de AESEG.(asociación española de medicamentos genéricos)

Este estudio de mercado determina las preferencias de los consumidores ante un producto o servicio, así también la oferta y la demanda que existe en el mercado, un estudio de mercado ayuda a determina factores necesarios para estudiarlos, así también podemos determinar si hay apertura de un nuevo negocio y obtener información de todo el mercado en cuestión.

Según CRECE NEGOCIO:

“La importancia del análisis del consumidor” radica en que, al conocer mejor sus características, podemos tomar decisiones o diseñar estrategias que nos permitan atenderlo de la mejor manera posible o que mejores resultados puedan tener en él; por ejemplo, podemos diseñar el producto que mejor satisfaga sus necesidades o elegir el canal de venta que le sea más accesible.

Tabla 1: tipos de consumidores.

Tipos de consumidores	Definición
<b>Consumidor compulsivo</b>	Suele registrarse en personas que tienen un desorden psicológico. Las personas que son consideradas como consumidores compulsivos no tienen ningún control hacia sus gastos, donde consumen todos sus ingresos en compras
<b>Consumidor organizacional</b>	Se refiere tanto a los individuos como a las empresas que tienen como objetivo satisfacer los intereses y las necesidades de los entes que dirigen. Su consumo puede llevarse a cabo por fines económicos.

<b>Consumidores racionales</b>	Para poder cerrar la compra de un determinado servicio o producto piensan detenidamente las razones, los usos, los beneficios y las consecuencias que puede generar la compra del mismo.
<b>Consumidores impulsivos</b>	Compran por impulsos, o sea, nunca llegan a pensar, a evaluar sobre las ventajas o desventajas que puede generar la compra del mismo. Los consumidores impulsivos generalmente comprar rápidamente y nunca sienten remordimiento por haber gastado todo el dinero.
<b>Consumidor experimental</b>	Los consumidores conocidos bajo este nombre son los que siempre se muestran interesados en conocer los nuevos productos, marcas o servicios que se lancen.
<b>Consumidores ostentosos</b>	Estos son los que no tienen problema en gastar elevadas sumas de dinero a la hora de adquirir un producto o servicio, sino que siempre aspiran a la alta gama y al lujo, para las cuales están dispuestos a pagar lo que sea necesario.

*Fuente: Enciclopedia de Clasificaciones. (2016). Tipos de consumidores.*

*Elaborado por: Lizbeth barragán*

## 2.3 FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

- **Biodisponibilidad:** Según La food and drug administration (FDA) de los estados unidos define a la biodisponibilidad como la velocidad y la cantidad del principio activo que se contiene el medicamento se va absorbiendo en el organismo.

**-Bioequivalencia:** Es la ausencia de la diferencia de la velocidad y medida en la que el medicamento es administrado en el organismo. Según: la FDA (Food and Drug Administration). Este concepto es importante para saber si los medicamentos de marca tanto genéricos garantizan la bioequivalencia

- **Fármaco:** ENCICLOPEDIA SALUD (2016) “Sustancia natural o sintética capaz de producir un efecto anatómico o funcional en un organismo vivo. Los fármacos preparados para tratar o prevenir una enfermedad se denominan medicamentos”

**-Patente:** Es la exclusividad que tiene el laboratorio que creo un nuevo medicamento para comercializar el medicamento por un espacio determinado de tiempo. Luego cualquier laboratorio puede fabricar el medicamento.

**-Mercado:** Lugar teórico donde se encuentra la oferta y la demanda de productos y servicios y se determinan los precios.

**-Las preferencias:** Según el libro Economía. Anxo Penalonga Sweers. Editorial McGraw Hill, “Los gustos o preferencias de cada consumidor son un factor totalmente subjetivo que afecta a su consumo. En el mundo no hay dos personas iguales,

y lo que para una persona puede ser importante a la hora de tomar la decisión de consumir, para otra persona puede no significar”

**-Consumidor:** Individuo u organización que demanda bienes o servicios que ofrece, ya sea un productor o quien provee los mencionados bienes y servicios.

Definición ABC (2007)

## 2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

### LEY ORGÁNICA DE SALUD:

Se toma en cuenta la ley orgánica de salud como fundamentación legal ya que en sus artículos consta la importancia de los medicamentos, y la responsabilidad que tiene de proveer medicamentos seguros. Por lo cual es importante para la investigación de este proyecto ya que tenemos la fundamentación legal adecuada.

Art. 6.- Es responsabilidad del Ministerio de Salud Pública:

1. Definir y promulgar la política nacional de salud con base en los principios y enfoques establecidos en el artículo 1 de esta Ley, así como aplicar, controlar y vigilar su cumplimiento;
2. Ejercer la rectoría del Sistema Nacional de Salud;

3. Diseñar e implementar programas de atención integral y de calidad a las personas

Durante todas las etapas de la vida y de acuerdo con sus condiciones particulares;

La responsabilidad del sistema nacional de salud es sobre todo la salud de todos los

habitantes este artículo ayuda a la investigación ya que se estudiará un sector

determinado del Distrito Metropolitano y se verificara si se implantan estos puntos.

Art. 9.- Corresponde al Estado garantizar el derecho a la salud de las personas, para lo cual tiene, entre otras, las siguientes responsabilidades:

- a) Establecer, cumplir y hacer cumplir las políticas de Estado, de protección social y de aseguramiento en salud a favor de todos los habitantes del territorio nacional;
- b) Establecer programas y acciones de salud pública sin costo para la población
- c) Priorizar la salud pública sobre los intereses comerciales y económicos;

Este artículo la salud es un derecho que todo ser humano tiene, para el proyecto este artículo nos ayuda a garantizar que el consumo de medicamentos tendrá todas las garantías para la compra de medicamentos.

Art. 153.- Todo medicamento debe ser comercializado en establecimientos legalmente autorizados. Los establecimientos deben cumplir con los estándares de

calidad y por lo tanto los medicamentos que expenden también deben ser garantizados y para la investigación se verificara si hay establecimientos adecuados y de fácil acceso para los pobladores.

Art.154.-

El Estado garantizará el acceso y disponibilidad de medicamentos de calidad y su uso racional, priorizando los intereses de la salud pública sobre los económicos y comerciales. Este artículo afirma que se debe tener la garantía de los medicamentos, apoya en la investigación ya que todos los medicamentos deben cumplir todas las normas.

Art.159.-

Corresponde a la autoridad sanitaria nacional la fijación, revisión y control de precios de los medicamentos de uso y consumo humano a través del Consejo Nacional de Fijación y Revisión de Precios de Medicamentos de Uso Humano, de conformidad con la ley. Los precios de los medicamentos deben venderse en el mismo precio en cualquier sector del país este artículo ayuda en la investigación ya que reconoceremos si el precio es un factor en la compra de un medicamento. Este artículo interviene en la investigación ya que en todos los establecimientos los medicamentos ya sean genéricos o de marca deben venderse al precio que está fijado por la autoridad competente.

## 2.5 FORMULACIÓN DE LAS PREGUNTAS DIRECTRICES DE LA INVESTIGACIÓN

- 1- ¿El precio es una determinante para escoger un medicamento?
- 2- ¿Los consumidores tiene información acerca de los medicamentos genéricos?
- 3- ¿Por qué las personas desconfían de los medicamentos genéricos?
- 4- ¿La venta de medicamentos comerciales están disminuyendo o aumentado?

## 2.6 CARACTERIZACIÓN DE LAS VARIABLES – PREGUNTAS

### DIRECTRICES DE LA INVESTIGACIÓN

**Variable dependiente:** Estudio del consumidor

Según ARELLANO, R. (2002), el concepto de comportamiento del consumidor significa “aquella actividad interna o externa del individuo o grupo de individuos dirigida a la satisfacción de sus necesidades mediante la adquisición de bienes o servicios”, se habla de un comportamiento dirigido de manera específica a la satisfacción de necesidades mediante el uso de bienes o servicios o de actividades externas (búsqueda de un producto, compra física y el transporte del mismo) y actividades internas (el deseo de un producto, lealtad de marca, influencia psicológica producida por la publicidad).

**Variable independiente:** Compra medicamentos marca y genéricos

-Un medicamento de marca es el que ha sido desarrollado en base a un estudio previo de laboratorio garantizando eficiencia, eficacia y biodisponibilidad.

-Un medicamento genérico, según se describe en el Real Decreto 1345/2007, artículo 2.35, es "aquel que tenga la misma composición cualitativa y cuantitativa en principios activos y la misma forma farmacéutica, y cuya bioequivalencia con el medicamento de referencia haya sido demostrada por estudios adecuados de biodisponibilidad."

## 2.7 INDICADORES

Tipo de variables	Descripción de la variable	Indicadores de la variables
<b>Variable dependiente</b>	Estudio del consumidor	-la economía afecta en la compra de medicamentos  -las farmacias son de fácil acceso
<b>Variable independiente</b>	Compra medicamentos marca y medicamentos genéricos	-economía del comprador -disponibilidad de medicamentos en la farmacia necesarios para los consumidores

**Tabla 2:** indicadores

**Elaborado por:** *Lizbeth Barragán*

## CAPÍTULO III

### 3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Según Trochim (2005), el diseño de la investigación “es el pegamento que mantiene el proyecto de investigación cohesionado. Un diseño es utilizado para estructurar la investigación, para mostrar cómo todas las partes principales del proyecto de investigación funcionan en conjunto con el objetivo de responder a las preguntas centrales de la investigación.”

-Estudios Exploratorios: son aquellos que se estudian por primera vez o son estudios poco investigados, podría decirse un estudio piloto

-Estudios Descriptivos: emplea la descripción tal como son los hechos.

-Estudios Correlacionales: estudio la relación entre las dos variables planteadas en la investigación.

-Estudios Explicativos: mediante la relación causa-efecto se busca explicar el porqué de las cosas.

Para este proyecto se utilizara cada una de estas herramientas, ya que estaremos investigando las conductas de los consumidores, así también como el entorno social,

herramientas que aportara en el estudio de esta investigación. Este diseño de investigación permitirá cumplir con el proyecto de recopilando información precisa para responder nuestras preguntas directrices esta manera paso a paso basándonos en te diseño seguiremos con el proyecto.

### 3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

#### **Población:**

Se entiende como población a un conjunto finito o infinito de elementos los cuales tiene características en común.

-Población finita: es aquella de la cual se reconoce en su totalidad, es identificable para el investigador

-Población Infinita: no se tiene un registro que sea identificable por el investigador

-Población accesible: de esta se tiene un dato finito de la población y se toma la muestra representativa, la cual depende de los recursos de investigador.

Para esta investigación se tiene el dato de los habitantes del sector La Roldos 30.000 de los cuales se utilizara la muestra.

#### **Muestra:**

Esta representa un número determinado del conjunto total de la población a estudiar, este dato tiene que ser representativo del número total para ser estudiado.

**Fórmula:**

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

N=tamaño de la población

n=tamaño de la muestra

E=error máximo admisible

Reemplazando los valores:

$$N=30.000$$

$$n=?$$

$$E= 0.5$$

$$E=1.96$$

$$n = \frac{30.000}{(30.000-1)(0,05)^2+1}$$

$$n=395$$

$$n=394.78$$

De acuerdo a la fórmula aplicada, para determinar el número de pobladores a encuestar es de a 395 pobladores. Número que servirá de muestra para la investigación.

### 3.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

**Tabla 3:** operacionalización de las variables

<b>Variables</b>	<b>Definición</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>
<b>Independiente</b>	<b>Compra medicamentos marca y genéricos</b>  es "aquel que tenga la misma composición cualitativa y cuantitativa en principios activos y la misma forma farmacéutica, y cuya bioequivalencia con el medicamento de referencia haya sido demostrada por estudios adecuados de biodisponibilidad."	-El precio influyen en la compra.  -Quienes son las personas que más compran.  - Compra de un medicamento determinado.	-La economía afecta en la compra de medicamentos.  -Las farmacias son de fácil accesos.  -Se tiene la disponibilidad de medicamentos adecuados.  -Se tiene en las farmacias un stock necesario para los consumidores.
<b>Dependiente</b>	<b>Estudio del consumidor</b>  El comportamiento del	-sectorización de la población encuestada	-nivel económico para la compra de

	<p>consumidor primero el consumidor es la persona que consumen bien o puede utilizar un servicio , la parte fundamental del estudio del consumidor es conocer sus necesidades básicas para de esta manera implementar eficientemente las acciones de marketing en la empresa</p>	<p>- nivel socio económico del sector encuestado.</p>	<p>medicamentos.  -sector socio económico del estudio.  -la compra del medicamento lo hace con receta médica o se automedica.</p>
--	--	---	---

Elaborado por: *Lizbeth Barragán*

### 3.4 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Se utilizara la encuesta como instrumento de la investigación, la misma que proporcionara información puntual para este proyecto de investigación. Mostrando amplias opiniones de los pobladores y sus preferencias en los medicamentos, así también entenderemos sus necesidades y la opinión de la población

## Encuestas

### INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR

#### "CORDILLERA"

La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer la conducta de compra de los consumidores frente a la compra de fármacos genéricos y de marca.

Lea las preguntas detenidamente y marca con una x.

GRACIAS POR COLABORACIÓN

Género: Femenino  Masculino  Edad:

1. ¿Consume usted medicamentos?

SI  NO

2. ¿La compra del medicamento lo hace en relación a su economía?

SI  NO

3. ¿Qué medicamentos prefiere?

Genérico  Marca

4. ¿Sabes usted cómo actúa un medicamento genérico frente a uno de marca? SI  NO

5. ¿La farmacia de su barrio tiene un stock de medicamentos completo?

SI  NO

### 3.5. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para esta investigación se utilizara:

-Investigación bibliográfica: “Es la revisión bibliográfica de tema para conocer el estado de la cuestión. La búsqueda, recopilación, organización, valoración, crítica e información bibliográfica sobre un tema específico tiene un valor, pues evita la dispersión de publicaciones o permite la visión panorámica de un problema.” Según conceptos básicos metodología de la investigación.

Necesitaremos recolectar datos e información de la población y el sector, para saber cómo se encuentra la situación actual del sector y los antecedentes. Esto aporta al proyecto ya que estaremos al tanto de la situación de la población del sector de la Roldós.

-Lectura comprensiva: en este proyecto necesitamos comprender la información recolectada por las encuestas, ya que se analizar cada uno de los resultados obtenidos.

-Recolección de datos: se realizará a través de la encuesta esta nos permitirá obtener la información que se necesita para determinar el comportamiento del consumidor frente a la compra de fármacos genéricos y de marca.

-Análisis de datos: es el precedente para la actividad de interpretación. La interpretación se realiza en términos de los resultados de la investigación. Esta actividad consiste en

establecer inferencias sobre las relaciones entre las variables estudiadas para extraer conclusiones y recomendaciones (Kerlinger, 1982). De la información obtenida de las encuestas necesitamos analizar y comprender cada uno de los datos, para poder expresar clara mente un punto de la investigación, la situación por la que se encuentran los habitantes.

-Observación:” La observación científica es una estrategia utilizada por el método científico. Se caracteriza por ser un proceso riguroso de investigación y que permite obtener información, describir situaciones y contrastar hipótesis”, según significados y conceptos (2013), se observara la situación de los pobladores, para así analizar los datos recolectados.

### **3.6. RECOLECCIÓN DE DATOS**

Para este proyecto se ha considerado utilizar la encuesta como un método para recolectar los datos de los pobladores, con esta encuesta se busca información clara sobre la conducta de los consumidores, de marca frente a los genéricos.

Encuesta: Esta es una forma de recolectar datos para la investigación mediante preguntas, éstas van dirigidas a una población específica para saber su opinión o actitudes. Mediante esta encuesta el proyecto obtendrá información clara que permitió realizar un análisis de la conducta del consumidor. Y pueden establecer parámetros sobre la accesibilidad de los medicamentos, o las preferencias de marcas frente al consumo de las personas de la población

## CAPITULO IV

### 4.1 PROCEDIMIENTO Y ANÁLISIS DE CUADROS ESTADÍSTICOS

1. ¿Consume usted medicamentos?

Tabla: 4

SI	NO
300	5

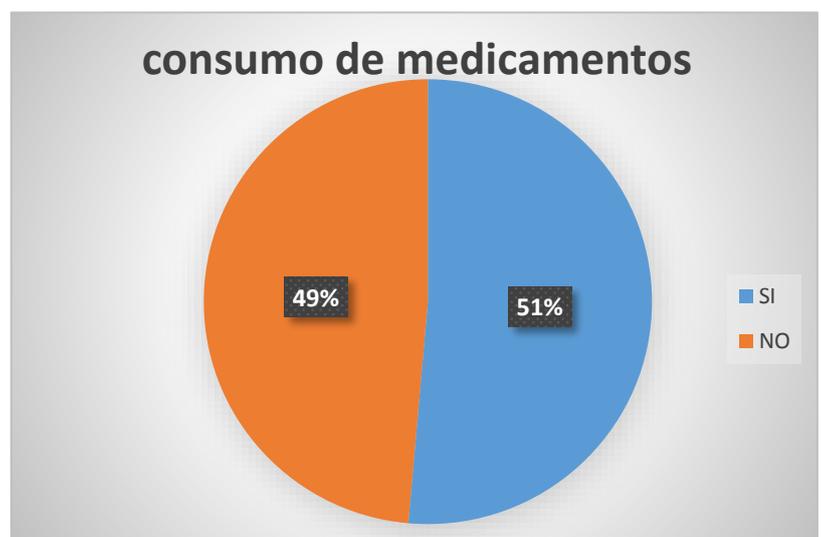


Gráfico: 1

Elaborado por: Lizbeth barragán

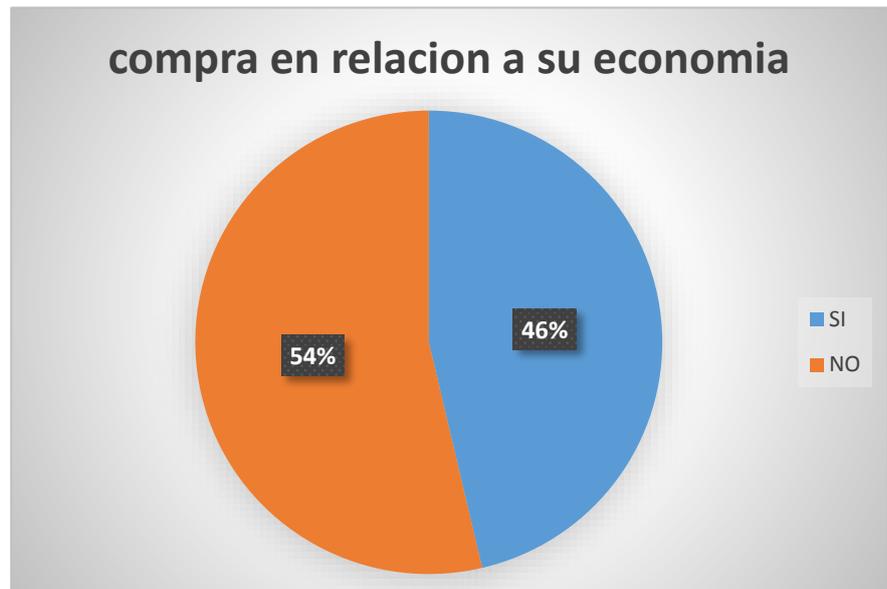
#### Análisis:

El gráfico explica que los habitantes del sector de la Roldós manifiestan que toman medicamentos para sus enfermedades y malestares, 5 personas expresan que prefieren la medicina natural para sus dolencias y malestares.

2. ¿La compra del medicamento lo hace en relación a su economía?

NO	SI
212	183

Tabla: 5



*Gráfico2*

*Elaborado por: Lizbeth barragán*

**Análisis:**

Los pobladores expresan que según su economía acuden a comprar medicamentos, también esto interviene mucho en la compra de recetas ya que algunas son caras y no tiene el presupuesto para la receta completa.

### 3. ¿Qué medicamentos prefiere?

Genérico	Marca
192	203

Tabla: 6

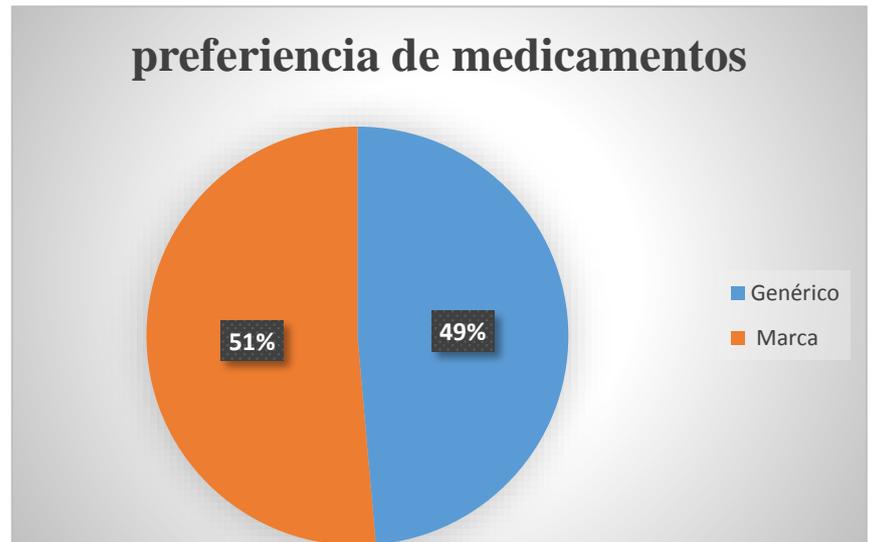


Gráfico 3

Elaborado por: Lizbeth barragán

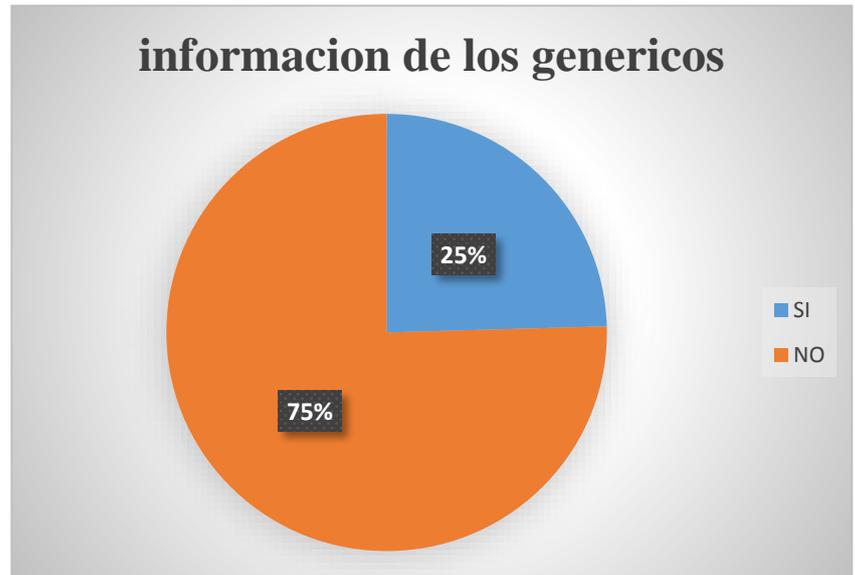
#### Análisis:

El gráfico demuestra que las personas del sector de la Roldós prefieren los medicamentos de marca, ya que son conocidos. Un gran porcentaje de la población prefiere los medicamentos de marca, el otro porcentaje los genéricos por su economía. .

3 ¿Sabes usted cómo actúa un medicamento genérico frente a uno de marca?

SI	NO
97	298

Tabla: 7



*Gráfico 4*

*Elaborado por: Lizbeth barragán*

### **Análisis:**

Los consumidores a pesar de la economía prefieren comprar medicamentos de marca aun sabiendo que su presupuesto es escaso. Esto lo hacen porque no tiene información de los medicamentos genéricos, quedando inconcluso su tratamiento por que no compran la receta completa.

4 . ¿La farmacia de su barrio tiene un stock de medicamentos completo?

SI	NO
189	206

Tabla: 8

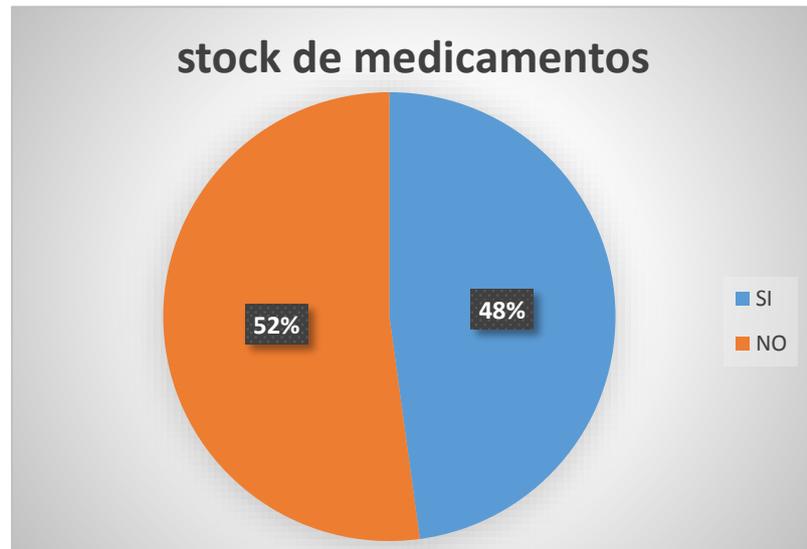


Gráfico 5

Elaborado por: Lizbeth barragán

#### Análisis:

Las farmacias de barrio no tienen un stock amplio por lo que en ocasiones la compra del medicamento se complica cuando lo necesitan de urgencia, teniendo que trasladarse a un lugar de mayor actividad comercial para conseguirlo.

Así lo manifestó el 52% de los encuestados por lo que se requiere conciencia que los dueños de esta farmacia manejen un stock de medicamentos que satisfagan las necesidades de los consumidores. .

## **4.2 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS ESTADÍSTICO**

Los consumidores del sector de la Roldós no tienen conocimiento correcto de los que es un fármaco genérico, estos expresan que los medicamentos les parecen caros por lo que se inclinan a comprar medicamento genérico. Al comprar un medicamento de marca que no se ajusta a su economía compran sus recetas incompletas, lo cual afecta a su tratamiento. En este sector se observa que no hay todos los medicamentos requeridos ya que las farmacias no tienen un amplio stock que facilite la compra del medicamento que se necesita.

## **4.3 RESPUESTAS A LA HIPÓTESIS O INTERROGANTES (PREGUNTAS DIRECTRICES)**

1- ¿El precio es una determinante para escoger un medicamento?

Si a pesar del precio la gente del sector consume el medicamento de marca por no tener información.

2- ¿Los consumidores tiene información acerca de los medicamentos genéricos?

La información no es clara sobre el medicamento genérico por al momento de comprar optan por el de marca respecto a esto debe haber la información objetiva sobre el tipo de medicamento por parte de la dependiente para la elección del medicamento.

3- ¿Por qué las personas desconfían de los medicamentos genéricos?

Desconfían de los genéricos porque no tiene una información de este tipo de fármacos, y prefieren comprar medicamentos conocidos que son los de marca, argumentan que no es el mismo resultado un fármaco genérico que uno de marca.

5- ¿La venta de medicamentos comerciales están disminuyendo o aumentado?

La venta de medicamentos de marca se mantiene con los genéricos el precio es económico, más el principio activo es similar al medicamento de marca contribuyendo a que las personas opten por este siempre y cuando obtengan la información adecuada sobre los beneficios del mismo.

## CAPITULO V

### 5.1. ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGÍA QUE PROPONE COMO SOLUCIÓN)

Para esta investigación se propuso hacer una encuesta para obtener información de los habitantes del sector de la Roldós.

Al respecto, Mayntz et al. (1976) describen a la encuesta como la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados. pag.133

Se utilizó la encuesta por el número de habitantes del sector de la Roldós, se tomó una muestra para realizar la encuesta con esta obtuvimos la información que permitió, cumplir con este propósito de concientizar a la gente con respecto comportamiento del consumidor frente a la compra de medicamentos genéricos y medicamentos de marca.

Importancia de la difusión de información:

La difusión de información es fundamental para que las personas se enteren de hechos que rodean su entorno, al tener información se puede crear un criterio adecuado, y tomar decisiones con respecto al tipo de información obtenida.

### **Formas de Difusión**

No hay una forma única de difusión, sino diferentes tipos de productos y servicios capaces de vehicular la información hacia los usuarios. Con objeto de sistematizar se pueden distinguir dos formas básicas de difusión, la difusión bajo demanda y la difusión documental.

En cuanto a las vías de difusión pueden ser: papel impreso, tabloneros de anuncios, expositores, soporte magnético para consulta en ordenadores, páginas web, correo electrónico, difusión verbal (persona a persona, conferencias, cursos), medios audiovisuales (videos informativos).

### **La difusión bajo demanda**

Se trata de una difusión pasiva. La iniciativa parte del usuario que necesita información. Se realiza cuando el usuario se dirige al centro con el objeto de solicitar una información concreta. El documentalista interroga al sistema y recupera la información solicitada. Las búsquedas bibliográficas y documentales responden a esta necesidad de información planteada por el usuario. Pueden realizarse sobre bases de datos documentales creadas por el propio centro pero, también, sobre bases externas.

“Se considera también difusión bajo demanda la consulta en línea a una Base de datos por parte del usuario sin la mediación de un documentalista.”

Según: Gina Cantillo - Rosa Palmera - Iveth Román, activa web, 2001

### **Difusión documental**

Es una difusión activa. Es aquella que implica iniciativa por parte del centro ofreciéndole, a los usuarios, productos documentales que juzga útiles, según el análisis que se haya hecho de sus necesidades, o señalándole sus problemas de información y ayudándole a resolverlos. El centro deberá estudiar a sus usuarios con el objeto de averiguar qué tipo de información necesitan, en conjunto o por grupos, y debe estudiar también el sistema de difusión más adecuado para cada necesidad.

Para este proyecto se utilizará la difusión documentada realizando volantes de información para los pobladores del sector de la Roldós. En los volantes se dará la información de forma sencilla y clara para que tengan en cuenta los pobladores del sector de la Roldós el momento de comprar su medicamento sobre los medicamentos los beneficios que estos les proporciona.

## **5.2. JUSTIFICACIÓN (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGÍA QUE PROPONE COMO SOLUCIÓN) ANÁLISIS SPSS**

El análisis SPSS es un programa sofisticado que abarca gran cantidad de base

de datos común en proyectos estadísticos, muchos investigadores utilizan esta herramienta, para este proyecto no se lo utilizo por que la muestra por lo que se decido trabajar con el programa de Excel obtendremos la estadística con su respectivo análisis y gráficos de la información recolectada en el sector dela Roldós.

Es necesario proporcionar información a los habitantes del sector de la Roldós, ya que en los resultados de nuestra encuesta se determinó que los habitantes no saben que es un medicamento genérico. Al tener información sobre los genéricos los habitantes del sector de la Roldós podrán escoger y comprar medicamentos completos de su receta pudiendo así terminar con su tratamiento, y logren la mejoría en sus afecciones con más eficacia.

### **5.3. DESCRIPCIÓN (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGÍA QUE PROPONE COMO SOLUCIÓN)**

Para este proyecto la difusión de informativa será a través de tríptico.

Información que contendrá el tríptico para la elaboración escogeremos la información necesaria para que la gente se informe y tenga su visión clara de lo que es el medicamento genérico frente al de marca, ante la compra entre los conceptos básicos tendremos:

#### **-¿Qué es un medicamento genérico?**

Los fármacos genéricos son aquellos con los mismos componentes y sustancias que un medicamento comercial o de marca, este debe cumplir con normas de calidad y seguridad para que los pacientes puedan consumirlos.

### **-¿En qué se diferencia el medicamento genérico del de marca?**

La principal diferencia está en la denominación: el medicamento genérico adquiere el nombre de la sustancia medicinal que lo compone. Los genéricos se comercializan en el mercado una vez que la patente del medicamento original ha caducado y que ha sido autorizado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad

### **¿Quién autoriza la eficacia del medicamento genérico?**

La FDA por sus siglas en inglés us food and drug administration, esta organización américa es la encargada de evaluar y aprobar los medicamentos.

### **-Ventajas de los medicamentos genéricos**

Las principales ventajas de los medicamentos genéricos son:

**Menor precio:** los medicamentos genéricos tiene un precio menor que los medicamentos equivalentes comerciales.

**Mismos principios activos:** son medicamentos que contienen los mismos principios activos que los medicamentos originales.

**Confianza:** se trata de medicamentos de gran confianza ya que llevan al menos 10 años en el mercado sus originales marcas.

**Ahorro sobre el gasto farmacéutico:** los medicamentos genéricos suponen un ahorro del gasto farmacéutico lo que contribuye a racionalizar el gasto público.

### **-Desventajas de los medicamentos genéricos**

Entre las principales desventajas de los medicamentos genéricos se encuentran:

**Medicamentos limitados:** no existen en el mercado la versión genérica de todos los medicamentos de marca comercializados.

**Distinta apariencia:** los medicamentos genéricos pueden tener una apariencia diferente a la del medicamento de marca.

**Diferentes excipientes:** los medicamentos genéricos pueden tener distintos excipientes, sin embargo, siempre deben de tener la misma composición cualitativa y cuantitativa en principios activos.

#### **5.4. FORMULACIÓN DEL PROCESO DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA**

Se propone difundir información a los pobladores del sector de la Roldós mediante trípticos. Los cuales servirán para que los moradores conozcan hacer de este proyecto.

## CAPITULO VI

### 6.1. RECURSOS

#### RECURSOS HUMANOS

Es la utilización de las personas como recursos para lograr objetivos organizacionales. Como consecuencia las organizaciones deben participar en la administración de sus recursos humanos.

(Wayne Mondy y Robert M,2005)

En la elaboración del proyecto se utilizó el recurso humano que fue fundamental para la realización de esta tesis ya que bajo la dirección de la tutora paso a paso de pude completar este proyecto varios recursos que serán nombrados a continuación.

<b>AUTORA</b>	<b>GEOVANNA LIZBETH BARRAGAN AZOATEGUI</b>
<b>TUTORA</b>	DRA. ESTELA MONTES
<b>LECTORA</b>	DRA. CECILIA DAVILA

**CUADRO 1**  
*Elaborado por: Lizbeth Barragán*

## RECURSOS ECONÓMICOS:

Los recursos financieros se utilizan principalmente para llevar a cabo las operaciones de la organización, como ser la compra de mercaderías, pago de sueldos y también para la realización de inversiones de largo plazo.

(Econlink ,02 de Jun de 2015, "Recursos Financieros".)

Gracias a los recursos económicos se pudo ejecutar este proyecto, ya que fueron financiados todo con este capital.

Los recursos financieros fueron los siguientes:

RECURSOS FINANCIEROS	VALOR	VALOR
RECURSOS	P /U	P/T
INTERNET	0,50	25
TRANSPORTE	0,25	60
ALIMENTACIÓN	1,50	45
PAGO DE TESIS	420,00	840
TOTAL DEL PORYECTO	422,25	970

**Cuadro: 2**

*Elaborado por: Lizbeth barragán*

## RECURSOS MATERIALES:

Los recursos materiales son los bienes tangibles que la organización puede utilizar para el logro de sus objetivos. (Zona Económica,2009)

Esto fueron las herramientas necesarias para poder ejecutar el proyecto, y fueron fundamentales para el mismo.

Los recursos materiales utilizados fueron los siguientes:

RECURSOS MATERIALES	VALOR	VALOR
RECURSOS	P /U	P/T
IMRESIONES	0,10	20
COMPUTADORA	500,00	500,00
HOJA DE PAPEL BOND	4,50	9
EMPASTADOS	15,00	30
TRÍPTICOS	0.75	7.50
TOTAL	520,35	566.50

**Cuadro 3**

*Elaborado por: Lizbeth barragán*

## 6.2. PRESUPUESTO

Un presupuesto no es otra cosa que la expresión financiera de la planificación. Es decir, la introducción de valores monetarios a la planificación. Pero no siempre un





## CAPITULO VII

### 7.1. CONCLUSIONES

- Con este proyecto de investigación se constata que la población del sector Roldós consume medicamentos de marca ya que la información de los genéricos es poca o nula, razón por la que su consumo no se ve manifiesto la información obtenida en este proyecto me ha sido útil para trabajar en la difusión y socialización de las ventajas y desventajas de los genéricos para que la población se sienta segura al consumirlos y puedan tomar una decisión de cual les conviene a su economía y salud.
- El trabajo realizado también deja ver la insatisfacción de los moradores por la falta de stock de los medicamentos como psicotrópicos, anticonvulsivantes antidepresivos. Importantes para ciertas enfermedades como la epilepsia, enfermedades mentales, que en caso de emergencia no se cuenta con estos.
- Para este proyecto se utilizaron los conocimientos adquiridos a lo largo de los niveles que se cursó en el Instituto Tecnológico Superior "Cordillera". La cual permitió hacer uso de la oportunidad para desarrollar el proyecto realizado.

## 7.2 RECOMENDACIONES

- Se debe mantener contestemente la difusión de información sobre los medicamentos de marca y genéricos, sobre todo en los centros de salud pública. Cada paciente necesita la debía información del medicamentos y su administración. En las farmacias del sector de debe recomendar ambas opciones de medicamentos genéricos y de marca, explicando cada una de las ventajas y desventajas de cada uno, y sobre todo el precio.
- En el sector se recomienda poner énfasis con el stock de medicamentos, necesarios para los consumidores, ya que este sector necesita de diferentes tipos de medicamentos que ayuden a las necesidades de la población.
- Al concluir con este proyecto se recomienda al instituto Tecnológico superior "cordillera" siga apoyando con herramientas necesarias en el ámbito humano, tecnológico y profesional para poder desarrollar este tipo de investigaciones, que nos ayudan a emprender nuestro futuro profesional.

## REFERENCIAS:

- Padrón, M. (1998). Procedimientos de la investigación. *Proyecto de investigación* pag.19-21. Recuperado de [:http://www.smo.edu.mx/colegiados/apoyos/proyecto-investigacion.pdf](http://www.smo.edu.mx/colegiados/apoyos/proyecto-investigacion.pdf)
- Ruiz, M. (2012). Técnicas e instrumentos de investigación. *La entrevista*, Eumed enciclopedia virtual. Recuperado de: [http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas\\_instrumentos.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html).
- Health Market Research España (HMR). (2015). Madrid, farmacia, *mercado farmacéutico*. Recuperado de: <http://www.actasanitaria.com/hmr-informa-de-que-el-mercado-farmaceutico-crecio-un-14-en-2015/>
- Enciclopedia de Clasificaciones. (2016). Tipos de consumidores. *Según su comportamiento psicológico*. Recuperado de: <http://www.tiposde.org/ciencias-sociales/544-tipos-de-consumidores/>
- Museo de la ciencia. (2011). Medicamento genérico vs medicamento de marca: *definiciones*. Recuperado de:

<http://museodelaciencia.blogspot.com/2011/03/medicamento-generico-vs-medicamento-de.html>

- Ayala M. (2014). El Mercado Farmacéutico en el Ecuador. *Diagnóstico y perspectiva*. pág.: 23,26. Recuperado de:  
<http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/articulos/ElMercadoFarmaceuticoenelEcuadorDiagnosticoyPerspectiva.pdf>
- Academia Nacional de Agronomía y Veterinaria. (2009). ISSN: 0327-8093. *La evolución del medicamento en la historia*. Recuperado de:  
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/27667>
- Superintendencia de control del poder de mercado. (2015). Atribuciones y Ámbito de la Intendencia de Abogacía de la Competencia. *Estructura y Dinámica del Estudio del Sector Farmacéutico*. Recuperado de:  
<http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/2.3-Andres-Rodriguez-Estructura-y-Din%C3%A1mica-del-Estudio-del-Sector-Farmaceutico.pdf>
- Dempeus Per La Salut Pública. (2011). Breve historia de los medicamentos. *Antecedentes*. Recuperado de:  
<https://dempeusperlasalut.wordpress.com/2011/03/10/breve-historia-de-los-medicamentos/>

- Que Aprendemos Hoy. (2012).Economía y empresa. *¿Qué es el paquete estadístico SPSS?* .Recuperado de:  
<http://queaprendemoshoy.com/%C2%BFque-es-el-paquete-estadistico-spss/>
- Cantillo G. etal. (2008) .Administración Documental. *formas de difusión*.  
Recuperado de: <http://www.actiweb.es/ipgcrp/pagina5.html>.
- Ecolink. (2015). Contabilidad básica. *Recursos Financieros*. Recuperado de:  
<http://www.econlink.com.ar/recursos/financieros>.



# ANEXOS