



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ANÁLISIS COMPARATIVO DEL CONSUMO DE MEDICAMENTOS
GENÉRICOS VERSUS DE MARCA, PARA DETERMINAR LOS FACTORES
DE PREFERENCIA EN LA DECISIÓN DE COMPRA EN EL SECTOR DE
POMASQUÍ, D.M.Q PERIODO 2018

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de tecnóloga en
administración de boticas y farmacias

Autora:

Quilca De la Cruz Mariela Ximena

Tutor:

Lcdo. Romer Pichardo

Quito, 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El equipo asesor del trabajo de Titulación de la Srta. **QUILCA DE LA CRUZ MARIELA XIMENA** de la carrera de **ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS** cuyo tema de investigación fue: **ANÁLISIS COMPARATIVO DEL CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS VERSUS DE MARCA, PARA DETERMINAR LOS FACTORES DE PREFERENCIA EN LA DECISIÓN DE COMPRA EN EL SECTOR DE POMASQUÍ, D.M.Q PERIODO 2018**. Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la Institución.



Lcdo. Romer Antonio Pichardo Contreras
Tutor del Proyecto



Dra. María Mercedes Andrade Mendoza
Lector del Proyecto



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA

Dra. Estela Analia Montes Vaca
Delegada de Carrera para los
Trabajos de Titulación



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE ESCUELA

Dr. Jorge Marcelo López Pazmiño
Director de Escuela

CAMPUS 1 - MATRIZ	CAMPUS 2 - LOGROÑO	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASIL	CAMPUS 5 - YACUAMBI
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño Teléfono: 2255460 / 2269900 E-mail: instituto@cordillera.edu.ec Pág. Web: www.cordillera.edu.ec Quito - Ecuador	Calle Logroño Oe 2-84 y Av. de la Prensa (esq.) Edif. Cordillera Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649	Bracamoros N15 - 163 y Yacuambi (esq.) Telf.: 2262041	Av. Brasil N46-45 y Zamora Telf.: 2246036	Yacuambi Oe2-36 y Bracamoros. Telf: 2249994

DECLARATORIA DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaro que el proyecto presente de Investigación, Ha sido desarrollado respetando los autores su base legal, las cuales se encuentran dentro **ANÁLISIS COMPARATIVO DEL CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS VERSUS DE MARCA, PARA DETERMINAR LOS FACTORES DE PREFERENCIA EN LA DECISIÓN DE COMPRA EN EL SECTOR DE POMASQUÍ, D.M.Q PERIODO 2018.** De esta investigación en la bibliografía, siendo un proyecto absolutamente original.

Me hago responsable del contenido de esta investigación y las conclusiones a las que se han logrado llegar.



Mariela Ximena Quilca De la Cruz
C.I 1727445908

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Mariela Ximena Quilca De la Cruz portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1727445908 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado incidencia de los hábitos alimenticios en el desarrollo cognitivo en niños y niñas de 4 años de edad del centro infantil función judicial, distrito metropolitano de quito, año 2018 con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE

Quilca De la Cruz Mariela Ximena

CEDULA

1727445908

Quito, 2018

AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradezco a Dios por guiarme y fortalecer cada paso que he dado por darme salud y permitir que logre una etapa más en mi vida, a mis Padres por su apoyo incondicional por llenarme siempre de fortaleza, mis hermanas, sobrinos por ser siempre el pilar que cuando más los he necesitado siempre han sabido motivarme, mi esposo y mi hijo por ser el motor a seguir adelante.

Mis formadores gracias por impartir sus conocimientos sabios quienes se han esforzado por ayudarme, guiarme a llegar a este punto.

Especialmente a mi tutor quien con su paciencia, tolerancia, tiempo y dedicación me ha sabido guiar.

DEDICATORIA

Este presente trabajo primero que nada dedico a Dios quien me ha permitido culminar una etapa más en mi vida, a mis padres Segundo y Angelita quien no me cansare de agradecer por su inmenso apoyo paciencia y amor, a mis hermanas Mirian y Roció por ser amigas y consejeras en mi vida, mis sobrinos Dayana, Mateo, Samanta y Gaby con su dulzura y cariño hacen que mis días sean más lindos, mis cuñados Edison y Cesar quien siempre me brindan sus consejos y me motivan, mi esposo José quien es mi amigo, mi consejero no me cansare de agradecer por cada palabra por siempre estar con migo en las buenas y en las malas, mi hijo Maximiliano quien llego en un momento indicado a alumbrar mi vida con sus sonrisas quien ahora es mi motor para seguir adelante.

También quiero agradecer a Dios por regalarme una amiga incondicional Gisela quien ha sabido apoyarme en todo momento

Y un sincero agradecimiento a mis maestros especialmente a mi tutor Lcdo. Romer Pichardo y a mi lectora Dra., María Andrade.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE	iii
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA.....	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE TABLAS	xi
ÍNDICE FIGURAS	xii
INDICE DE ANEXOS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRACT	xv
Capítulo I.....	1
1.0 El problema	1
1.01 Planteamiento del problema.	1
1.02 Formulación del problema.....	2
1.03 Formulación de objetivos	2
1.03.01 Objetivo general.	2
1.03.02 Objetivos específicos.....	3
Capítulo II.....	4
2.0 Marco teórico	4
2.01 Antecedentes del Estudio.	4
2.01.01 Breve historia de los medicamentos.	6
2.02 Fundamentación Teórica.	8
2.02.01 Industria farmacéutica.	8
2.02.02 Mercado farmacéutico.	8

2.02.03 Laboratorios.....	9
2.02.04 Medicamento.	9
2.02.05 Medicamentos de marca.	9
2.02.06 Medicamentos genéricos.	10
2.02.07 Contenido de la etiqueta de los medicamentos.....	11
2.02.08 Formas farmacéuticas.	11
2.02.09 Precios entre los medicamentos genéricos y los de marca.	12
2.02.10 Ventajas y desventajas de los medicamentos genéricos.....	13
2.02.11 Proceso de decisión del comprador.	13
2.02.12 Factores que influyen en el comportamiento de los consumidores.	15
2.02.13 Análisis que se realizará en el sector de Pomasqui.	17
2.03 Fundamentación conceptual.	18
2.03.01 Glosario.	18
2.04 Fundamentación legal.....	20
2.05 Formulación de hipótesis o Preguntas Directrices de la investigación.	21
2.06 Caracterización de las Variables Preguntas Directrices de la investigación. .	22
2.07 Indicadores.	22
Capítulo III	23
3.0 Metodología.....	23
3.01 Diseño de la investigación.....	23
3.01.01 Clasificación de los tipos de investigación.....	23
3.01.02 Tipos de investigaciones que se va aplicar en la investigación.	24
3.02 Población y Muestra.	25
3.02.01 Población.	25
3.02.02 Muestra.	25

3.03 Operacionalización de Variables.....	27
3.04 Instrumentos de Investigación.....	28
3.04.01 Principales instrumentos de recolección de información.	28
3.04.02 Instrumento que se utilizara en el proyecto.	29
3.05 Procedimientos de la investigación.	29
3.06 Recolección de la Información.....	30
3.06.01 Tabulación.	33
Capítulo IV	34
4.0 Procesamiento y análisis.....	34
4.01 Procesamiento y análisis de cuadros estadísticos.	34
4.02 Conclusiones del análisis estadístico.....	43
4.03 Respuestas a la hipótesis o interrogantes de Investigación (preguntas directrices). 43	
Capítulo V	45
5.0 Propuesta	45
5.01 Antecedentes.	45
5.02 Justificación.....	46
5.03 Descripción.....	47
5.04 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta.....	47
5.04.01 Objetivo general.	48
5.04.02 Objetivos específicos.....	48
5.04.03 Fase experimental.	48
Capítulo VI	51
6.0 Aspectos Administrativos.....	51
6.01 Recursos.	51

6.01.01 Recurso Humano.	51
6.01.02 Recurso Tecnológico.	51
6.01.03 Recurso Financiero	51
6.02 Presupuesto.....	52
6.03 Cronograma	53
Capítulo VII.....	54
7.0 Conclusiones y Recomendaciones	54
7.01 Conclusiones.	54
7.02 Recomendaciones.	55
Bibliografía	56
ANEXOS	62

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1 Caracterización de variables	22
Tabla 2 Operalización de variables - independiente	28
Tabla 3 Operalización de variables - variable dependiente	28
Tabla 4 Consumo de medicamentos genéricos versus de marca en el sector de Pomasqui.	33
Tabla 5 medicamento genérico	35
Tabla 6 Enfermedad que usted tiene con más frecuencia	36
Tabla 7 Prefiere comprar medicamento genérico	37
Tabla 8 Medicamentos de marca.....	38
Tabla 9 Los medicamentos genéricos son iguales de efectivos que los de marca	39
Tabla 10 Tipo de medicamento que consume.....	40
Tabla 11 Quien le recomienda comprar medicamentos.....	41
Tabla 12 Medicamentos sin receta médica	42
Tabla 13 Presupuesto	52
Tabla 14 Cronograma.....	53

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1 medicamento genérico	35
Figura 2 Enfermedad que usted tiene con más frecuencia.....	36
Figura 3 Prefiere comprar medicamento genérico	37
Figura 4 Medicamentos de marca	38
Figura 5 Los medicamentos genéricos son iguales de efectivos que los de marca....	39
Figura 6 Tipo de medicamento que consume	40
Figura 7 Quien le recomienda comprar medicamentos.....	41
Figura 8 Medicamentos sin receta médica	42
Figura 9 Díptico	49
Figura 10 Díptico	49
Figura 11 Díptico	50

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Orden de empastado	63
Anexo 2 Urkund.....	64

RESUMEN EJECUTIVO

En el sector de Pomasqui existen pobladores de clase media los cuales carecen de información de los medicamentos genéricos versus de marca.

El presente proyecto consiste en analizar los factores del comportamiento del consumidor en la adquisición de medicamentos genéricos y de marca por lo que fue indispensable realizar una recolección de información a través de la muestra dando como resultado 366 encuestas.

Como primer punto se analiza que los pobladores no tienen el suficiente criterio o información de los medicamentos genéricos o de marca al momento de adquirirlos;

Como segundo punto se analiza los factores que influyen en la decisión de compra lo cual el principal factor es el económico por lo que se inclinan por los medicamentos genéricos debido a su bajo costo.

En el siguiente punto debido a las carencias de información se opta por entregar información relevante que esta sea clara y concisa haciendo que los consumidores estén claros en lo que están consumiendo para el tratamiento o curación de sus patologías.

Como último punto esto se realiza mediante la entrega de un díptico que contiene información específica de los medicamentos genéricos y de marca con el objetivo que ellos estén claros y seguros de que están consumiendo.

ABSTRACT

In the Pomasqui sector, there are middle class residents who lack information about generic versus brand medicines.

The present project consists of analyzing the factors of consumer behavior in the acquisition of generic and brand medicines, so it was essential to collect information through the sample, which resulted in 366 surveys.

As a first point, it is analyzed that villagers do not have sufficient criteria or information about generic or brand-name drugs at the moment of acquiring them;

As a second point, the factors that influence the purchasing decision are analyzed, which is the main factor, which is why they are inclined towards generic drugs due to their low cost.

In the next point due to the lack of information, we choose to deliver relevant information that is clear and concise, making consumers clear on what they are consuming for the treatment or cure of their pathologies.

As a last point, this is enhanced by the delivery of a leaflet that contains specific information on generic and brand-name drugs with the aim that they are clear and sure that they are consuming.

Capítulo I

1.0 El problema

1.01 Planteamiento del problema.

J. Paul Peter, (2005, pág. 5) afirma que “El comportamiento del consumidor abarca los pensamientos y sentimientos que experimentan las personas, así como las acciones que emprenden, en los procesos de consumo”.

En el sector salud existen los medicamentos genéricos y los de marca los cuales están destinados a cubrir y satisfacer las necesidades del consumidor, estos son iguales en eficacia, seguridad y calidad ya que estos contienen el mismo principio la diferencia entre estos es que el genérico son de libre fabricación por que usa principios activos cuya patente ha caducado y el de marca son producidos con una patente que está protegida por los derechos de propiedad y por su precio.

En la actualidad el comportamiento de los consumidores se basa en la adquisición o compra de bienes de acuerdo a las observaciones de lo que buscan, el cliente al adquirir un bien o un servicio busca lo que le conviene y que sea a menor costo teniendo en cuenta las publicidades o promociones que ofrecen.

Dentro del comportamiento del consumidor es importante analizar los factores tanto externos como internos que influyen para la adquisición , los individuos al adquirir un bien o servicio también adquieren bienestar para tratar su salud, sabemos que los medicamentos genéricos son considerados y adquiridos por personas con enfermedades crónicas o tratamiento prolongado, estos medicamentos presentan la

misma eficiencia y seguridad que los de marca pero a un menor costo favoreciendo la economía de los consumidores, sin embargo la falta de conocimiento o la desconfianza de estos hacen que adquieran los medicamentos de marca.

El motivo a realizar el análisis comparativo del consumo de medicamentos genéricos versus de marca es para verificar cómo reaccionan los consumidores ante las diferentes alternativas que ofrecen el mercado farmacéutico, promociones o publicidades que impacten y que impulsen a adquirir.

Esta investigación parte del comportamiento y preferencias de los consumidores ya que es el más principal, para llevar a cabo esta investigación se centrara en la población de Pomasquí, en donde existen una diversa cantidad de personas que adquieren medicamentos ya sea genéricos o de marca, por lo que es importante realizar un análisis de los factores que influyen en la decisión de compra de medicamentos en este sector con el fin de tener una conclusión clara del por qué un grupo consume genéricos y el otro de marca.

1.02 Formulación del problema.

¿Cuáles son los factores de preferencia en la decisión de compra de los medicamentos genéricos versus los de marca en el sector de Pomasquí, D.M.Q periodo 2018?

1.03 Formulación de objetivos

1.03.01 Objetivo general.

Realizar un estudio del comportamiento del consumo de medicamentos mediante un análisis comparativo de preferencia entre medicamentos genéricos y de marca con el fin de ir identificado la percepción del cliente.

1.03.02 Objetivos específicos.

- Identificar el proceso de compra que el cliente usa ante la adquisición y preferencia de los medicamentos.
- Conocer el comportamiento del consumidor a través de sus hábitos de compra, preferencias, percepción de calidad y precio.
- Establecer el perfil de los consumidores de medicamentos genéricos y de marca en el sector de Pomasqui en base a los resultados obtenidos en la investigación proporcionando una herramienta para las estrategias del mercado.

Capítulo II

2.0 Marco teórico

2.01 Antecedentes del Estudio.

Este primer trabajo corresponde a (Bastidas, 2012), quien realizó el siguiente tema de investigación “ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, MEDIANTE EL ANÁLISIS COMPARATIVO DE PREFERENCIA ENTRE GENERICOS Y DE MARCA”, En este trabajo se manejaron teorías sobre el comportamiento de los consumidores desde las perspectivas, necesidad, gustos y factores de preferencia.

Este trabajo enmarco como objetivo general, realizar el estudio del comportamiento de consumo de medicamentos, mediante el análisis comparativo de preferencia entre genéricos y de marca, con el fin de definir los perfiles conductuales en el Distrito Metropolitano de Quito, y como objetivos específicos los siguientes:

- Identificar la percepción que tiene la población del Distrito Metropolitano de Quito de medicamentos de marca y los de genéricos por medio de la recopilación de datos veraces.
- Identificar los factores que inciden en la demanda de medicamentos genéricos y los de marca, mediante el análisis de mercado del Distrito Metropolitano de Quito, con el fin de determinar los segmentos de mercado existentes.

- Establecer el perfil de los consumidores de medicamentos genéricos y los de marca en el Distrito Metropolitano de Quito, en base al análisis de los resultados obtenidos en la investigación, proporcionando una herramienta para futuras estrategias de mercado.

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso ya que propone estudiar el comportamiento del consumo de medicamentos genéricos y de marca mediante un análisis comparativo. Este trabajo obtuvo como conclusión: las personas que prefieren los medicamentos genéricos en su mayoría tiene capacidad de pago limitada, se llegó a esta conclusión basados en los factores que permiten determinar la capacidad de pago, educación, sector donde vive.

Los principales factores que influyen en la toma de decisiones es el precio en el caso de los genéricos y los de marca es la calidad lo que denota los paradigmas de las personas tienen acerca de los genéricos es decir las personas eligen los de marca esperando tener una mayor calidad efectividad y seguridad, por otro lado, las personas que prefieren los genéricos esperan tener un precio beneficio mayor ya que pagan menos y esperan tener una eficacia no tan baja.

Por otra parte (Maribel, 2015) quien realizó una investigación de ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FRENTE A LA COMPRA DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS, PARA DETERMINAR LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL CLIENTE ANTE LA ADQUISICIÓN DE ESTOS MEDICAMENTOS, EN EL SECTOR COMITÉ DEL PUEBLO, D.M.Q PERÍODO 2015, el trabajo descubre el comportamiento del consumidor frente a la compra de medicamentos genéricos, mediante el análisis de los factores de compra que influyen en el consumidor al momento de adquirir medicamentos.

Para lo que se llevó a cabo realizar una investigación completa en el sector Comité del Pueblo, en una muestra de 136 personas teniendo como objetivo general, determinar el comportamiento del consumidor frente a la adquisición de los medicamentos genéricos este proyecto tuvo como conclusión que se pudo observar que las personas de esta población no tienen conocimiento sobre la acción de los medicamentos genéricos y que al adquirirlos, ellos preguntan primero el valor de los mismos y de esta manera deciden su adquisición.

2.01.01 Breve historia de los medicamentos.

Antecedentes (1900 – 1935)

Al inicio del siglo XX se realizaban extractos de las plantas medicinales los cuales eran para la realización inicial médica, pero esta era fundamentalmente clínica y poco científica. (Lladós, 2011, pág. 1)

En este periodo se logran grandes descubrimientos de sustancias importantes como las vitaminas, la penicilina, la insulina, las sulfamidas y también se conoce por primera vez la radiactividad y se empieza a practicar ensayos biológicos.

Estos descubrimientos facilitó el desarrollo de las formas farmacéuticas, las técnicas de purificación y esto lleva a la evolución de los procesos de producción de fármacos con principio activo.

Desarrollo técnico (1936 – 1970)

En esta etapa los medicamentos cobran vidas humanas por el incorrecto o falta de conocimiento de las reacciones de las sulfanilamida, por esta razón se vieron obligados de llevar a cabo realizar estudios primero en animales para

verificar la seguridad y toxicología de los nuevos medicamentos antes de emplear en humanos. (Lladós, 2011, pág. 1)

En esta etapa los medicamentos cobran vidas humanas por el incorrecto o falta de conocimiento de las reacciones de las sulfanilamida, por esta razón se vieron obligados de llevar a cabo realizar estudios primero en animales para verificar la seguridad y toxicología de los nuevos medicamentos antes de emplear en humanos.

Desde ese momento se produce la evolución de medicamentos en los grupos de investigadores y en las facultades de medicina, esto ocurre después de la segunda Guerra Mundial más o menos a partir del año 1945 ya que la industria farmacéutica empieza y destinar recursos financieros para la evaluación de la efectividad y seguridad de los medicamentos. Dentro de esta importante investigación aparecen nuevos medicamentos como los antibióticos, los antiepilépticos, los antihistamínicos, los diuréticos, los anestésicos, los esteroides, los estimulantes del SNC y las primeras vacunas. (Lladós, 2011, pág. 1)

Desarrollo tecnológico (1971 – 2000)

En este periodo se produce un agrandamiento de diferentes especialidades para el desarrollo de nuevos medicamentos entre estos como; farmacología, farmacocinética, genética, toxicología, medicina clínica, biología molecular.

La aparición de la electrónica permite una miniaturización que favorece el nacimiento de nuevas técnicas analíticas: los estudios in vitro permiten un

extraordinario avance de la toxicología en cuestiones como carcinogénesis, genotoxicidad, antigenicidad y alteraciones metabólicas. (Lladós, 2011, pág. 1)

Situación actual

En la actualidad se pretende asociar cada dolencia a un medicamento esto hace que muchas veces no utilicemos de manera correcta los medicamentos llevándonos a la automedicación por eso hoy en día existe una excesiva y extensión de consumo.

Disponemos de un sistema de salud mucho más centrado en la sanidad que en una verdadera promoción de la salud. (Lladós, 2011, pág. 1)

2.02 Fundamentación Teórica.

2.02.01 Industria farmacéutica.

Hoy en día es uno de los sectores empresariales más rentables del mundo ya que está conformada por numerosas organizaciones públicas y privadas dedicadas al descubrimiento, desarrollo, fabricación y comercialización de medicamentos para la salud humana y animal. (Espae, 2018, pág. 5)

Además su pilar principal es la investigación y desarrollo (I+D) de productos químicos medicinales para prevenir o tratar las numerosas enfermedades y alteraciones.

2.02.02 Mercado farmacéutico.

En el Ecuador, la industria farmacéutica atiende a dos mercados:

1. Mercado privado

“Los medicamentos se venden en las farmacias, clínicas privadas y cadenas farmacéuticas” (Ayala, 2017, pág. 1).

2. Mercado público

“Quien atiende y se encarga de abastecer de manera gratuita a los hospitales y centros de salud es el Gobierno Nacional para el beneficio de la población del país” (Ayala, 2017, pág. 1)

2.02.03 Laboratorios.

En Ayala (2017) de acuerdo a las cifras de la Asociación de Laboratorios Farmacéuticos del Ecuador (ALFE), los laboratorios locales producen en medicamentos alrededor de 200 millones de dólares anuales, pero su capacidad instalada podría llegar a producir cerca de 500 millones de dólares al año (P. 1).

En la actualidad existen 338 laboratorios farmacéuticos y casas de representación en el país, sin embargo, pocas tienen una alta participación en el mercado.

Posteriormente se dará a conocer todo lo referente al comportamiento del consumidor y lo relacionado al tema de investigación que se está tratando para analizar los factores que influyen en la decisión de compra.

2.02.04 Medicamento.

(Landín, 2014, pág. 1)“Es toda sustancia o combinación de sustancias con propiedades curativas para la prevención o tratamiento de una patología o dolencia corrigiendo o modificando situaciones fisiológicas en la salud ejerciendo una acción farmacológica”.

2.02.05 Medicamentos de marca.

Son aquellos medicamentos por lo general sintetizado por un laboratorio que está encargado inicialmente de la investigación y tiene autorización para

comercialización basándose en la documentación sobre eficacia, seguridad y calidad es decir que tiene una patente que impide que otras empresas pueda comercializar dicho medicamento. (Landín, 2014, pág. 1)

Ejemplos:

- Valium
- Amoxil
- Tylenol

2.02.06 Medicamentos genéricos.

Son aquellos medicamentos que no están protegidos por una patente pero sin embargo estos contienen mismas características, concentración, dosificación y efectos ya que poseen el mismo principio activo que los de marca, también presentan calidad, seguridad y eficiencia y tienen un menor precio. (Landín, 2014, pág. 6)

Ejemplos:

- Amoxicilina
- Diclofenaco
- Fluconazol

¿Cómo diferenciar un genérico de uno de marca?

Los medicamentos genéricos se identifican por las siglas EFG (Equivalente Farmacéutico Genérico), que aparecen siempre a continuación del nombre del medicamento, el cual debe indicarse en su embalaje exterior (generico, 2017, pág. 3)

2.02.07 Contenido de la etiqueta de los medicamentos.

Sabemos que en el mercado farmacéutico se comercializa estos dos grandes grupos de medicamentos tanto genéricos como los de marca por eso es importante tomar en cuenta que los médicos especialistas recetan cualquiera de ellos por eso es principal conocer que debe contener la etiqueta de los medicamentos sobre todo deberá detallar las indicaciones para ser expuestos a la venta. (Karina, 2004, pág. 7)

- Fecha de vencimiento.
- Dosis y frecuencia de tomar el fármaco.
- Nombre, dirección, de fabricación.
- Las advertencias de los efectos.
- Cantidad, tipo y proporción de principios específicos.
- Modo de empleo de advertencias

2.02.08 Formas farmacéuticas.

El medicamento puede ser una sustancia sólida, semisólida, líquida y gaseosa. Estas formas farmacéuticas son importantes ya que esto determina la eficacia de un medicamento ya sea de una forma rápida o lenta ya que cada uno presenta diferente forma externa permitiendo facilitar su administración. (engenerico, 2012, pág. 1)

Formas farmacéuticas sólidas

Son aquellos que son granulados y cápsulas estas son duras y elásticas también dentro de estas encontramos tabletas o comprimidos, píldoras, extractos, y por último, los supositorios. (engenerico, 2012, pág. 1)

Formas farmacéuticas semisólidas

Compuestas por las pomadas, las pastas y las cremas, así como las jaleas y los emplastos. (engenerico, 2012, pág. 1)

Formas farmacéuticas líquidas

Soluciones, aguas aromáticas, inyecciones, jarabes, pociones, mucílagos, emulsiones, suspensiones, colirios, lociones, tinturas y extractos fluidos. (engenerico, 2012, pág. 1)

Formas farmacéuticas gaseosas

Oxígeno, el óxido nitroso, aerosoles. (engenerico, 2012, pág. 1)

2.02.09 Precios entre los medicamentos genéricos y los de marca.

“Los medicamentos de marca comercial tienen generalmente un precio mayor porque los fabricantes han destinado ingentes cantidades de dinero en su invención, desarrollo, producción, promoción y venta; en consecuencia, deben recuperar el dinero invertido en estas costosas y largas fases” (Nifa, 2010, pág. 11).

En cambio, los fabricantes de medicamentos genéricos, que emplean principios activos y excipientes conocidos y de utilidad comprobada, no requieren invertir en el desarrollo de los productos y, por eso, adaptan los conocimientos ya difundidos a sus posibilidades técnicas de producción y comercialización. Sus inversiones las dirigen a la tecnología de control y evaluación de calidad que requieren los productos terminados, las cuales son también las áreas de especial interés de las autoridades sanitarias. (Nifa, 2010, pág. 11)

Ejemplo

En el caso de las personas diabéticas, cada inyección de insulina de marca puede costar \$10, mientras que el genérico tiene un valor de \$ 0,01 (120 veces más barato).

2.02.10 Ventajas y desventajas de los medicamentos genéricos.

Ventajas

- Permiten un ahorro en el sector farmacéutico entre el 40% y 60%
- Los medicamentos genéricos curan y alivian al igual que los de marca
- Tienen el mismo principio activo
- Son medicamentos de gran confianza y son una alternativa para tratar enfermedades de manera completa. (Lopez, 2016, pág. 1)

Desventajas

- confusión del consumidor por la apariencia del medicamento
- Pueden tener distintos excipientes

2.02.11 Proceso de decisión del comprador.

Según (Kotler, 2008, pág. 3), el proceso de decisión de compra se realiza en cinco etapas siguientes:

1.- Reconocimiento de necesidades.

El consumidor reconoce una necesidad. Identifica su estado actual como insatisfecho y lo compara con el estado que desearía tener. El estímulo puede ser natural, como: la sed o el cansancio. En otro caso el estímulo puede ser externo, por ejemplo: un anuncio publicitario, aparador, etc. (Kotler, 2008, pág. 3)

2.- Búsqueda de información.

El consumidor investiga para obtener información. Existen dos formas de proceder: de forma pasiva, limitándose a estar abierto a la información que le llegue ocasionalmente; o de forma activa, intentando encontrar información o consultando a sus amigos, profesionales o familiares. De esta forma el cliente conoce el producto, las marcas, sus características y precios. (Kotler, 2008, pág. 3)

3.- Evaluación de alternativas.

Con la información obtenida, el consumidor hace un balance para valorar las características de los productos que más le interesan. (Kotler, 2008, pág. 4)

4.- Decidir la compra.

En esta fase el consumidor realiza la compra. Como toda actividad humana esta actividad puede estar influenciada por otras personas como: personas que compartan argumentos negativos de compra que pueden hacer cambiar la opinión del consumidor; y otras personas que pueden ser el usuario final, cuya satisfacción es la que se busca mediante la compra del producto. (Kotler, 2008, pág. 4)

5.- Comportamiento post-compra.

Depende de la satisfacción o insatisfacción producida en el consumidor a través de la compra, es decir, si consiguió satisfacer con el producto aquello que deseaba. (Kotler, 2008, pág. 4)

2.02.12 Factores que influyen en el comportamiento de los consumidores.

Vivimos en una sociedad en donde los consumidores tienen un sinnúmero de opciones para comprar o adquirir un producto o servicio por lo tanto las empresas se ven obligadas a realizar un análisis de mercado y conocer los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores.

Y existen los siguientes factores, cultural, social, personal, psicológico.

(MEDITERRANEO, 2017, pág. 1)

Factor cultural

Es un factor que se va trascendiendo de generación en generación ya que son las costumbres, modos de vida, creencias, valores diferentes de cada sociedad este factor es importante tomarlo en cuenta ya que presenta modelos diferentes de comportamiento de la sociedad haciendo que se presente la resolución de sus problemas. (MEDITERRANEO, 2017, pág. 1)

Además, existen subculturas dentro de una sociedad como grupos de diferentes religiones, edades, cada uno de estos tiene diferente forma de comportamiento y necesidades al adquirir un bien o servicio.

Factor social

Es un factor que se encuentra en conexión con la familia, amigos o grupos de trabajo lo que permite esto es tener referencia de un lugar para adquirir un bien o servicio haciendo que estos tengan un comportamiento hacia lo que buscan, al establecer las características de cada uno de estos grupos permite una correcta estrategia a la mercadotecnia. (MEDITERRANEO, 2017, pág. 1)

Factor personal

Este punto hace referencia a la imagen que cada persona tiene de sí misma y que la impulsa a tener diferentes clases de necesidades como de comportamientos es decir la imagen propia, gustos y necesidades que cada persona tiene para esto también influye la edad ya que una persona de 20 años con una de 60 años no tienen las mismas preferencias por eso es importante conocer las características de cada subgrupo. (MEDITERRANEO, 2017, pág. 1)

Factor psicológico

Es un factor en donde la mente juega un papel importante al satisfacer una necesidad, ya que al comprar algo si existe una motivación grande es más rápida la adquisición de un bien o servicios haciendo que las adquisiciones sean más frecuentes. (MEDITERRANEO, 2017, pág. 1)

Como conclusión final, se puede decir que conociendo a fondo estos factores, cualquier empresa puede encaminar de la mejor forma un programa de promoción y ventas, buscando satisfacer la necesidad precisa que tenga cualquier persona.

Tipos de consumidor

(blogspot, 2011, pág. 2)Refiere que; una manera de dividir los tipos de consumidor, según el libro Marketing en el siglo XXI es dependiendo su grado de fidelidad, así los podemos clasificar en:

Nivel de fidelidad

Bajo

- Opositor
- Cautivo

Alto

- Mercenario
- Prescriptor

Opositor. Busca alternativas a nuestro servicio. Descontento. Generador de publicidad negativa que puede destruir el mejor marketing.

Cautivo. Descontento. Atrapado, no puede cambiar o le resulta caro. Es un vengativo opositor en potencia

Mercenario. Entra y sale de nuestro negocio, sin ningún compromiso. Al menos no habla de nosotros.

Prescriptor. Alto grado de satisfacción. Fiel. Amigo y prescriptor de la empresa. Un buen complemento de nuestro marketing.

2.02.13 Análisis que se realizará en el sector de Pomasqui.

Durante esta investigación se podrá verificar los factores que influyen en la decisión (Consumoteca, 2015) de compra de los medicamentos de marca versus los genéricos para lo cual es importante obtener toda la información del comportamiento del consumidor al momento de adquirir estos medicamentos ya que el consumidor es el papel más importante para que funcione una empresa.

2.03 Fundamentación conceptual.

2.03.01 Glosario.

Radiactividad. - Es un fenómeno que se produce de manera espontánea en núcleos de átomos inestables emitiendo, mediante su desintegración en otro estable, gran cantidad de energía en forma de radiaciones ionizantes. (canaria, 2017)

Principio activo.- es aquella sustancia con actividad farmacológica extraída de un organismo vivo que una vez purificada y/o modificada químicamente, se le denomina fármaco o medicamento. (Consumoteca, 2015)

Antihistamínico. -Son medicamentos que se usan para reducir o eliminar los efectos de las alergias, al actuar bloqueando los receptores de la histamina. (antihistaminico, 2018)

Antiepilépticos.- Son un grupo de medicamentos que se usan para tratar la epilepsia. (López S. A., 2014)

Farmacocinética. - Es la acción del cuerpo sobre el fármaco e incluye absorción, distribución, metabolismo y excreción. (accessmedicina, 2018)

Genética. - Es la rama de la ciencia que estudia cómo las características de los organismos vivos (morfológicas, fisiológicas, bioquímicas o conductuales) se generan, se expresan y se transmiten, de una generación a otra, bajo diferentes condiciones ambientales. (medica, 2017)

Biología Molecular. - estudia de la estructura y función de moléculas biológicas. (Dinkova, 2018)

Miniaturización. - Técnica de producción de aparatos o mecanismos cuyas piezas se han reducido al mínimo tamaño. (wordreference, 2018)

In vitro. - Investigación que se realiza fuera del organismo, en el vidrio de un tubo de ensayo. (wordreference, 2018)

Carcinogénesis. - Origen y formación de un tumor canceroso. (wordreference, 2018)

Genotoxicidad. - Es la capacidad relativa de un agente de ocasionar daño en el material genético, originando efectos biológicos adversos. (General, 2018)

Antigenicidad. - Capacidad de producir una respuesta inmune específica. El grado de antigenicidad depende de la cantidad y la clase de una sustancia determinada, de la sensibilidad del receptor al antígeno y de su capacidad de producir anticuerpos. (diccionario-medico, 2018)

Patología. - Parte de la medicina que estudia las enfermedades.
(wordreference, 2018)

Eficacia. - Capacidad para obrar o para conseguir un resultado determinado.
(wordreference, 2018)

Patente. - Es un derecho de exclusividad concedido por el Estado para proteger y explotar una invención. (Chile, 2018)

Eficiencia. - Capacidad para lograr un fin empleando los mejores medios posibles. (wordreference, 2018)

Excipiente. - Sustancia, por lo común inactiva, que se mezcla con los medicamentos para darles la consistencia, forma, sabor, etc., para facilitar su utilización. (wordreference, 2018)

Opositor. - Persona que se opone a otra en cualquier materia. (wordreference, 2018)

Cautivo. - Prisionero o retenido en un lugar a la fuerza. (wordreference, 2018)

Mercenario. - Que trabaja exclusivamente por dinero. (wordreference, 2018)

Prescriptor. - Es toda aquella persona que es capaz de generar cierta influencia a su alrededor a la hora de elaborar una crítica o hablar sobre un producto o un negocio. (neoattack, 2018)

Marketing. - Técnica empresarial destinada al desarrollo de las ventas de un producto o de un servicio. (thefreedictionary, 2018)

Efectividad. - Se refiere al grado de éxito de los resultados alcanzados, es decir, ser eficaz significa que han logrado los resultados. (Nunes, 2016)

Abstracto. - Que parece tener existencia propia e independiente, pero que corresponde a una idea que sólo se realiza en otra u otras. (thefreedictionary, 2018)

2.04 Fundamentación legal.

Reglamento a la ley de medicamentos

Art. 15.- La adquisición de medicamentos genéricos estará sujeta a lo que dispone el Capítulo III de la Ley de Producción, Importación, Comercialización y Expendio de Medicamentos Genéricos de Uso Humano y este reglamento. (Lexis, 2014, pág. 1)

Art. 22.- El Ministro de Salud Pública, mediante instructivo, establecerá los requisitos y el procedimiento que se debe cumplir para que las universidades, escuelas politécnicas y laboratorios públicos y privados, sean acreditados y autorizados para la realización de los exámenes de calidad, cantidad y período de utilización, como paso previo a la obtención del registro sanitario de medicamentos de uso humano e insumos. (Lexis, 2014, pág. 4)

Art. 29.- Las farmacias públicas y privadas, son los establecimientos autorizados para la comercialización y venta de medicamentos genéricos o de marca prescritos.

(Lexis, 2014, pág. 5)

Ley orgánica de salud

Art. 153.- Todo medicamento debe ser comercializado en establecimientos legalmente autorizados. (LEY ORGANICA DE SALUD, 2012, pág. 36)

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. (LEY ORGANICA DE SALUD, 2012, pág. 36)

Art. 174.- Se prohíbe a los expendedores de farmacias recomendar la utilización de medicamentos que requieran receta médica o cambiar la sustancia activa prescrita, sin la autorización escrita del prescriptor. (LEY ORGANICA DE SALUD, 2012, pág. 39)

2.05 Formulación de hipótesis o Preguntas Directrices de la investigación.

1.- ¿Es posible identificar los factores que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos versus los de marca en el sector de Pomasqui?

2.- ¿Se podrá verificar si los pobladores de Pomasqui consumen medicamentos genéricos o de marca?

3.- ¿Es suficiente el conocimiento que tiene los pobladores de Pomasqui acerca de los medicamentos genéricos y marca?

2.06 Caracterización de las Variables Preguntas Directrices de la investigación.

En la investigación las variables son muy relevantes, pues comúnmente se busca relacionarlas entre sí, ya sea por medio de nexos de dependencia, asociación, influencia o causalidad. (psicol, 2015, pág. 3)

Variable Independiente (VI): “Es aquella que se manipula por parte del investigador para tener un efecto en la variable dependiente” (psicol, 2015, pág. 8)

Variable Dependiente (VD): “Es aquella que varía a partir de la acción o manipulación de la VI que realiza el investigador. Es la variable que queremos explicar” (psicol, 2015, pág. 9)

Variables

Tabla 1 Caracterización de variables

Tipos de variables	Variables	Definición
Independiente	Consumo de medicamentos genéricos versus de marca.	Los medicamentos genéricos como los de marca buscan una misma finalidad satisfacer una necesidad.
Dependiente	Factores de preferencia en la decisión de compra	Los factores que influyen en la decisión de compra son los económicos, culturales y sociales.

Elaborado por: Ximena Quilcaç

2.07 Indicadores.

(Social, 2014, pág. 11) Menciona que, un indicador es una herramienta que muestra indicios o señales de una situación, actividad o resultado.

- Número de ventas
- Recetas medicas

Capítulo III

3.0 Metodología

3.01 Diseño de la investigación.

Constituye el plan general del investigador para obtener respuestas a sus interrogantes o comprobar la hipótesis de investigación, desglosa las estrategias básicas que el investigador adopta para generar información exacta e interpretable. (Cabrerero & Martínez , 2018)

3.01.01 Clasificación de los tipos de investigación.

Investigación de campo

Se lleva a cabo con la finalidad de dar respuesta a algún problema planteado previamente, extrayendo datos e informaciones a través del uso de técnicas específicas de recolección, como entrevistas, encuestas o cuestionarios. (Ciencias, 2018, pág. 1)

Investigación documental

Esta modalidad está orientada a resolver una situación o problema y obtener conocimientos mediante la recopilación, análisis e interpretación de información obtenida exclusivamente de fuentes documentales. (Ciencias, 2018, pág. 1)

Investigación Experimental

Tiene la finalidad de adquirir conocimientos mediante la resolución de un problema concreto, a través de la experimentación de un fenómeno en el laboratorio o en el medio natural. (Ciencias, 2018, pág. 2)

Investigación exploratoria

La investigación de tipo exploratoria se realiza para conocer el tema que se abordará, lo que nos permita “familiarizarnos” con algo que hasta el momento desconocíamos. (universia, 2017)

Investigación descriptiva

“Consistes, en la caracterización, de un hecho, fenómeno, individuo o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (scribd, 2010, pág. 2).

Investigación bibliográfica

“Es aquella etapa de la investigación científica donde se explora qué se ha escrito en la comunidad científica sobre un determinado tema o problema” (prezi, 2015, pág. 2).

3.01.02 Tipos de investigaciones que se va aplicar en la investigación.

Investigación de Campo

Se lleva a cabo este tipo de investigación ya que proporciona toda la información directa que se desea obtener en el proyecto en proceso realizando un análisis para una posible mejora.

Investigación descriptiva

Se utilizará este tipo de investigación ya que estudia minuciosamente una parte específica de la muestra o población permitiendo describir la información directamente de las personas involucradas en el objeto de estudio.

Investigación bibliográfica

Este tipo de investigación se utiliza con fin de conocer hechos similares a la investigación que se está realizando, las fuentes más utilizadas, las páginas web, documentación existente, etc., ya que esta permite obtener información para llevar a cabo este proyecto.

3.02 Población y Muestra.

3.02.01 Población.

“Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación.” (López, 2004, pág. 108).

La población que se tomara en cuenta para esta investigación de análisis comparativo de consumo de medicamentos genéricos versus de marca en el sector de Pomasqui es de 7.648 habitantes las personas a las cuales se pretende estudiar, ya que estas son aquellas que influyen en el proyecto para obtener información y de esta manera llegar a una conclusión clara.

3.02.02 Muestra.

“Es un subconjunto en que se llevará a cabo la investigación la muestra es una parte representativa de la población (López, 2004, pág. 108).

Ecuación de la muestra

$$\frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

(feedbacknetworks, 2018, pág. 1)

z: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos.

(feedbacknetworks, 2018, pág. 1)

e: es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella. (feedbacknetworks, 2018, pág. 1)

p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura. (feedbacknetworks, 2018, pág. 1)

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica.

(feedbacknetworks, 2018, pág. 1)

n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

(feedbacknetworks, 2018, pág. 1)

A continuación, el cálculo de la muestra de la población de Pomasqui.

Datos:

N=7.648 Tamaño de la población promedio de personas por hogar

(28.910/3.78)

z=1,96 Nivel de confianza

e=0.05% Margen de error

$p=0.5$ Probabilidad de éxito

$q=0.5$ Probabilidad de fracaso

$n=?$

Calculo de la Muestra

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0.5 * 0.5 * 7648}{0.05^2(7648 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.8415 * 1912}{0.0025 * 7647 + 3.8415 * 0.25}$$

$$n = \frac{7345,1392}{19,1175 + 0.9604}$$

$$n = \frac{7345,1392}{20,0779}$$

$n= 366$ (Encuestas)

Una vez reemplazada la ecuación de la muestra se determina que se debe realizar 366 encuestas en sector de Pomasqui para poder identificar cuál es el comportamiento de los consumidores al momento de solicitar un medicamento.

3.03 Operacionalización de Variables.

Según (Moises, 2008, pág. 25), Es el proceso de llevar una variable del nivel abstracto a un plano concreto, es hacerla medible.

Tabla 2 Operalización de variables - independiente

Variable independiente	Dimensiones	Indicadores
Consumo de medicamentos genéricos versus de marca.	Precio Efectividad	Número de ventas

Elaborado por: Ximena Quilca

Tabla 3 Operalización de variables - variable dependiente

Variable dependiente	Dimensiones	Indicadores
Factores de preferencia en la decisión de compra	Factor personal Factor cultural Factor económico	Recetas medicas

Elaborado por: Ximena Quilca

3.04 Instrumentos de Investigación.

Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información (Arias, 2006, pág. 3).

3.04.01 Principales instrumentos de recolección de información.

La encuesta

Es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde más credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas. (Bernal, 2006, pág. 5)

La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de la personas.

(Bernal, 2006, pág. 5)

Entrevista

Es una técnica orientada a establecer contactos directos con las personas que se consideran fuentes de información, tiene como propósito tener información más espontánea y abierta. (Bernal, 2006, pág. 6)

Internet

No existe duda acerca de las probabilidades que hoy ofrece el internet como técnica de obtener información; es más se ha convertido en unos de los principales medios para recabar información. (Bernal, 2006, pág. 6)

3.04.02 Instrumento que se utilizara en el proyecto.

La encuesta

El instrumento idóneo para este análisis que se está desarrollando es la encuesta ya que permite la obtención de información de una manera clara, rápida y se la puede realizar a un grupo de personas permitiendo que los datos obtenidos sean más veraces.

3.05 Procedimientos de la investigación.

La presente investigación se desarrolló en varias fases o etapas.

Primera fase: Se realiza a través de la obtención de información mediante una encuesta y actividades necesarias, siendo la principal fuente los pobladores de Pomasqui.

Segunda Fase: está referida a la investigación de campo, descriptiva y bibliográfica en donde a través de estas investigaciones se obtendrá establecer la estructura y comportamiento de la investigación del presente proyecto.

Tercera fase: los sitios web, libros, son los que permitirán guiar y obtener el contenido e información que se está buscando para continuar con el análisis del comportamiento del consumidor ante la adquisición de medicamentos genéricos versus los de marca.

3.06 Recolección de la Información.

ENCUESTA DE PREFERENCIA DE CONSUMO ENTRE MEDICAMENTOS GENERICOS VERSUS DE MARCA

OBJETIVO:

Determinar el comportamiento de consumo de medicamentos genéricos versus los de marca en el sector de Pomasqui mediante un análisis comparativo de los factores de preferencia en la decisión de compra.

INSTRUCCIONES:

- La información obtenida es con finalidad académica
- Señale con una (X) su respuesta

Los medicamentos son sustancias preparadas para el diagnóstico, curación o alivio de un síntoma o para la prevención de alguna enfermedad, los cuales contamos con medicamentos genéricos y de marca los cuales tienen la misma eficacia farmacológica.

1. ¿conoce que es un medicamento genérico?

Si ()

No ()

-
2. ¿cuál es la enfermedad que usted tiene con más frecuencia?
- Gripe ()
- Dolor de cabeza ()
- Infección estomacal ()
3. ¿Por qué prefiere comprar medicamento genérico?
- Precio ()
- Calidad ()
- Efectividad ()
4. ¿Por qué prefiere comprar medicamento de marca?
- Precio ()
- Calidad ()
- Efectividad ()
5. ¿Considera que los medicamentos genéricos, son igual de efectivos que los de marca?
- Si ()
- No ()
6. ¿Qué tipo de medicamento consume?
- Genérico ()
- Marca ()
7. ¿Quién le recomienda comprar los medicamentos?
- Médico especialista ()
- Farmacéutico ()
- Familia ()

8. ¿Cuándo Ud. compra medicamentos sin receta médica, que tipo de medicamento es?

Medicamento de marca ()

Genérico ()

Medicamento con publicidad en la TV ()

3.06.01 Tabulación.

Tabla 4 Consumo de medicamentos genéricos versus de marca en el sector de Pomasqui.

Genérico	204	56%
Marca	62	44%
Total	366	100%

Elaborado por: Ximena Quilca

Fuente: Encuestas

Capítulo IV

4.0 Procesamiento y análisis

4.01 Procesamiento y análisis de cuadros estadísticos.

En este capítulo se realiza el análisis de los resultados de las encuestas realizadas a la población de Pomasquí, los cuales son representados en gráficas para una correcta interpretación de lo que se está estudiando.

Pregunta N° 1: ¿Conoce que es un medicamento genérico?

Tabla 5 medicamento genérico

Si	150	41%
No	216	59%
Total	366	100%

Elaborado por: Ximena Quilca
Fuente: Encuestas

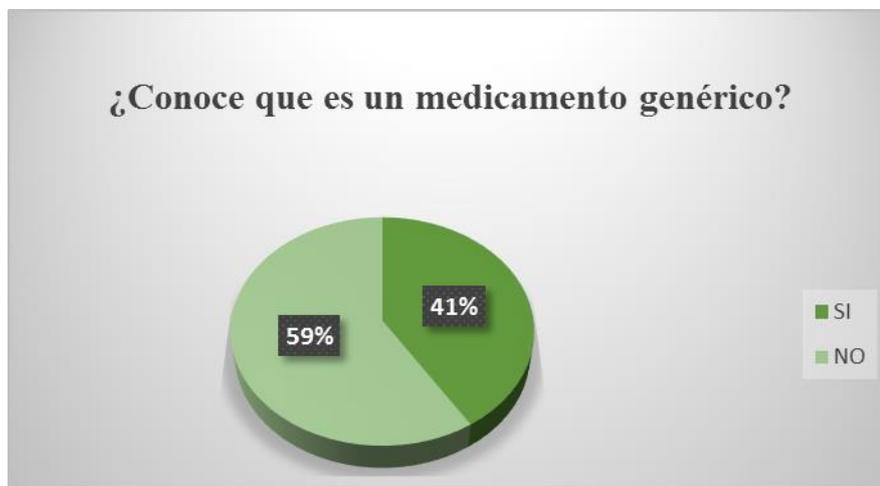


Figura 1 medicamento genérico

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Ximena Quilca

Análisis

El 59% de la población encuestada respondió que no tiene el suficiente conocimiento o información de lo que es un medicamento genérico y por otra parte el 41% afirma conocer estos medicamentos según las estadísticas realizadas.

Pregunta N° 2 ¿Cuál es la enfermedad que usted tiene con más frecuencia?

Tabla 6 Enfermedad que usted tiene con más frecuencia

Gripe	194	53%
Dolor de cabeza	117	32%
Infección estomacal	55	15%
Total	366	100%

Elaborado por: Ximena Quilca

Fuente: Encuestas



Figura 2 Enfermedad que usted tiene con más frecuencia

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Ximena Quilca

Análisis

El 53% de la población encuestada respondió que con más frecuencia se enferma de gripe y solo un 15% de infecciones estomacales.

Pregunta N° 3: ¿Por qué prefiere comprar medicamento genérico?

Tabla 7 Prefiere comprar medicamento genérico

Precio	233	64%
Calidad	29	8%
Efectividad	104	28%
Total	366	100%

Elaborado por: Ximena Quilca

Fuente: Encuestas

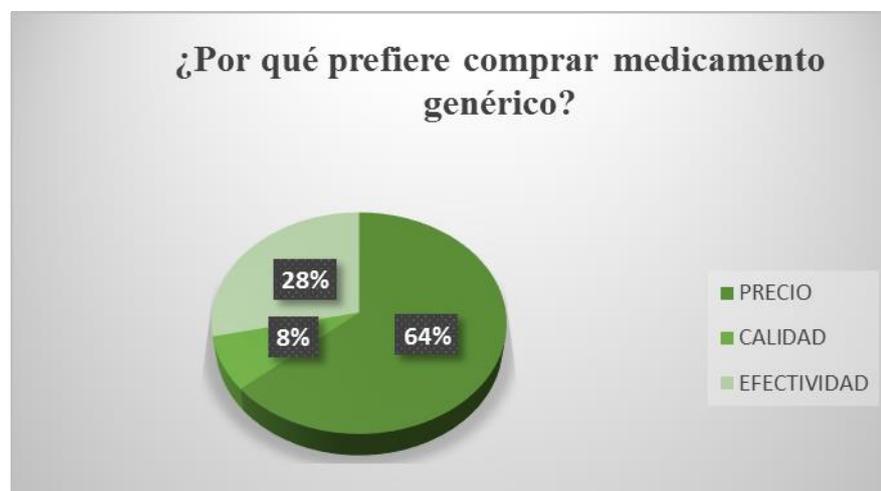


Figura 3 Prefiere comprar medicamento genérico

Elaborado por: Ximena Quilca

Fuente: Encuestas

Análisis

Los resultados obtenidos indican que la mayoría de pobladores adquieren medicamento genérico en un 64 % por el precio, mientras que solo un 8% por la calidad.

Pregunta N° 4: ¿Por qué prefiere comprar medicamentos de marca?

Tabla 8 Medicamentos de marca

Precio	151	41%
Calidad	29	48%
Efectividad	104	11%
Total	366	100%

Elaborado por: Ximena Quilca

Fuente: Encuestas

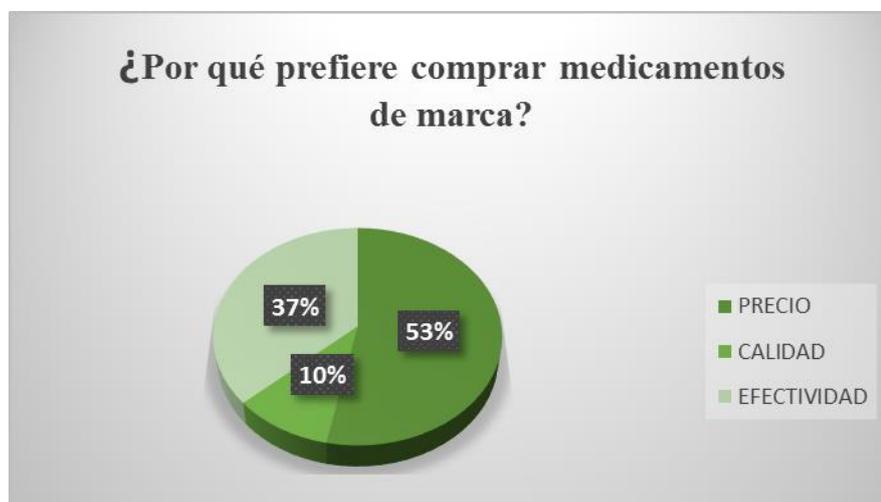


Figura 4 Medicamentos de marca

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Ximena Quilca

Análisis

En esta grafica se pueden apreciar con mayor claridad la inclinación o elección de los pobladores de Pomasqui ante la adquisición de los medicamentos dando como resultado que un 48% prefiere la calidad del medicamento, y un 11% la efectividad.

Pregunta N° 5: ¿Considera que los medicamentos genéricos son iguales de efectivos que los de marca?

Tabla 9 Los medicamentos genéricos son iguales de efectivos que los de marca

Si	293	80%
No	73	20%
Total	366	100%

Elaborado por: Ximena Quilca

Fuente: Encuestas

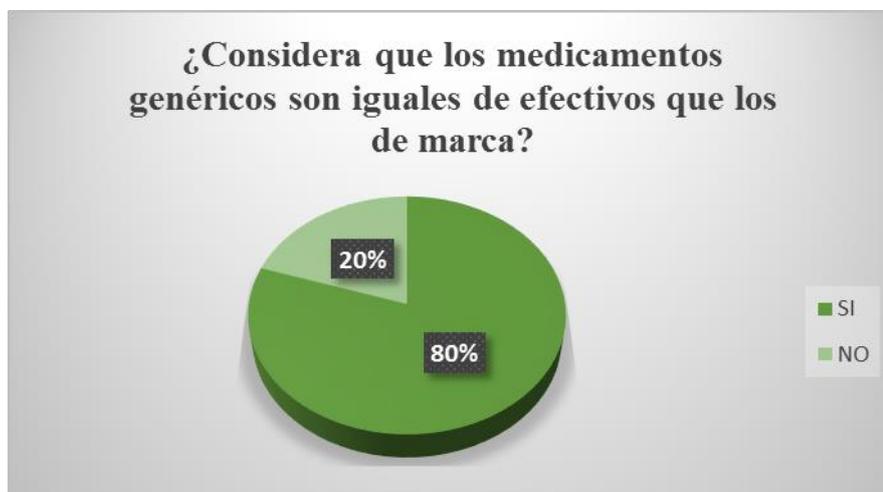


Figura 5 Los medicamentos genéricos son iguales de efectivos que los de marca

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Ximena Quilca

Análisis

Los datos obtenidos en esta grafica se van a utilizar para evaluar el conocimiento e información que tiene la población de Pomasqui, las respuestas arrojados en esta pregunta nos indican que un 80% considera que los medicamentos genéricos son igual de efectivos que los de marca y un 20% que no.

Pregunta N° 6: ¿Qué tipo de medicamento consume?

Tabla 10 Tipo de medicamento que consume

Genérico	204	56%
Marca	62	44%
Total	366	100%

Elaborado por: Ximena Quilca

Fuente: Encuestas

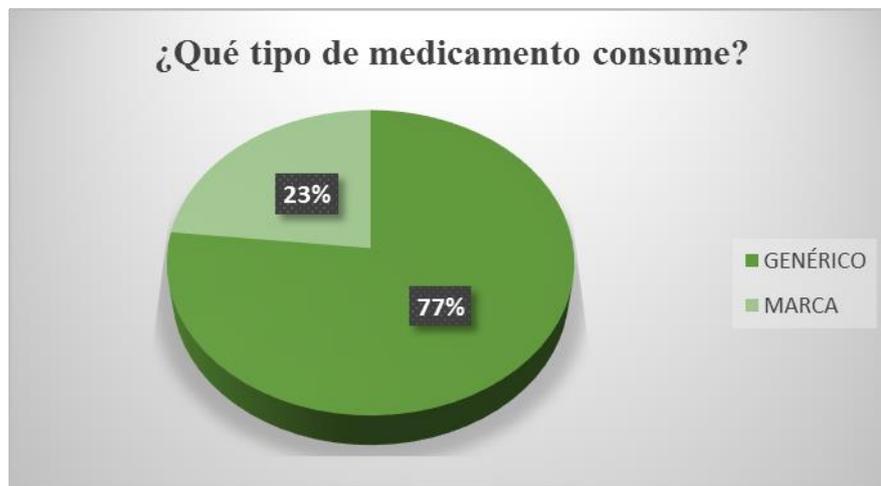


Figura 6 Tipo de medicamento que consume

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Ximena Quilca

Análisis

En cuanto a la importancia del tipo de medicamento que la población de Pomasqui consume para la curación o prevención de enfermedades los datos arrojados en esta pregunta indican que un 56% consume medicamento genérico y un 44% medicamento de marca.

Pregunta 7: ¿Quién le recomienda comprar los medicamentos?

Tabla 11 Quien le recomienda comprar medicamentos

Médico especialista	190	52%
Farmacéutico	149	41%
Familia	27	7%
Total	366	100%

Elaborado por: Ximena Quilca

Fuente: Encuestas



Figura 7 Quien le recomienda comprar medicamentos

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Ximena Quilca

Análisis

La información obtenida a esta pregunta en la población de Pomasqui muestra que el principal prescriptor en la compra de medicamentos es el médico especialista con un 52%, y por otro lado un 7% la familia. Se puede observar que aun siendo el médico especialista que tiene el mayor porcentaje el farmacéutico no puede recomendar o prescribir el uso de medicamentos.

Pregunta N° 8 ¿Cuándo Ud. compra medicamentos sin receta médica, que tipo de medicamento es?

Tabla 12 Medicamentos sin receta médica

Medicamento de marca	111	30%
Genérico	210	58%
Medicamento con publicidad en la tv	45	12%
Total	366	100%

Elaborado por: Ximena Quilca

Fuente: Encuestas

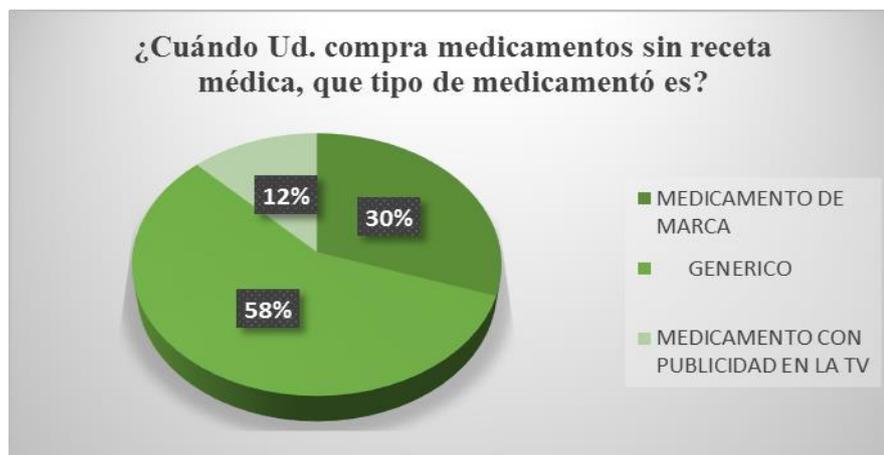


Figura 8 Medicamentos sin receta médica

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Ximena Quilca

Análisis

La población que compra medicamentos sin receta el tipo de medicamento es genérico con un 58% y un solo 12% medicamento de publicidad en la TV.

4.02 Conclusiones del análisis estadístico.

La respectiva información obtenida mediante la encuesta que se llevó a cabo en cuanto a los análisis estadísticos, se ha llegado a la conclusión de que las personas del Sector de Pomasqui adquieren medicamentos genéricos por su precio que es más conveniente a su bolsillo de igual manera son consumidores también medicamentos de marca ya que la principal fuente de recomendación es el médico especialista por lo que el consumidor va elegir por la prescripción médica sin embargo es necesario dar a conocer los tipos de medicamentos y sus respectivos efectos, pero que sobre todo las personas de este sector que conozcan que es un medicamento genérico, y que lo diferencia de un medicamento comercial o de marca y que no sólo lo compren por su precio, sino conociendo la efectividad y calidad del medicamento.

En la recolección de la información, se pudo conocer el comportamiento del consumidor, ya que ellos eligen su compra más por la economía de las personas, y de esta manera las personas solicitan los genéricos, cabe recalcar que si una persona padece de una enfermedad que tenga que tratar por un periodo de tiempo los medicamentos genéricos suelen ser más recetados y consumidos que los de marca.

4.03 Respuestas a la hipótesis o interrogantes de Investigación (preguntas directrices).

1.- ¿Es posible identificar los factores que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos versus los de marca en el sector de Pomasqui?

En las preguntas 3 y 4, los datos arrojados en la encuesta realizada en el sector de Pomasqui resalta que uno de los factores más importantes en la decisión de compra es el factor económico, recalcando que aun sin tener una clara información y

conocimiento de que es un medicamento genérico los pobladores lo eligen ya que es mucho más económico y está al alcance de su bolsillo.

2.- ¿Se podrá verificar si los pobladores de Pomasqui consumen medicamentos genéricos o de marca?

Mediante la información obtenida en la pregunta 6 de la encuesta, los pobladores del sector de Pomasqui se pudo identificar que un alto porcentaje consume medicamentos genéricos, pero sin embargo también los medicamentos de marca.

3.- ¿Es suficiente el conocimiento que tiene los pobladores de Pomasqui acerca de los medicamentos genéricos y marca?

Mediante la pregunta 1, en la investigación de campo que se realizó se pudo conocer que los pobladores no tienen el suficiente conocimiento acerca de estos medicamentos y su diferencia que tienen entre estos ya que al adquirirlos la principal fuente de recomendación es el médico especialista como también al tener un síntoma no tan grave acuden directamente a las farmacias solicitando un medicamento para ayudar con la mejora de sus molestias.

Capítulo V

5.0 Propuesta

5.01 Antecedentes.

En (Velarde & Carrasco, 2007). Diseño de un análisis para determinar la intención de compra de medicamentos genéricos en la ciudad de Guayaquil.

El propósito de este estudio busca determinar y evaluar el riesgo percibido por los consumidores en la prescripción y uso de medicamentos genéricos y cuáles son las barreras para el consumo, tomando en cuenta como objetivos principales los siguientes:

- Conocer las razones o motivos por los cuales las personas no consumen medicamentos genéricos.
- Laborar una escala de percepción de riesgo en los medicamentos genéricos e identificar las dimensiones subyacentes al concepto de riesgo percibido en este ámbito.
- Determinar la influencia de cada una de dichas dimensiones sobre la intención de compra de los consumidores.

Esta investigación fue realizada mediante el diseño de un cuestionario empleado para recopilar información de los consumidores.

(Motoche, 2015). Análisis del comportamiento de consumo de medicamentos genéricos y de marca para determinar las preferencias del consumidor en el barrio San Antonio de pichincha del DMQ 2015-2016.

Esta investigación tiene como objetivo principal, Identificar el nivel de consumo de los medicamentos genéricos y de marca, mediante un análisis comparativo de preferencia entre los medicamentos, con el fin de definir las conductas de compra de los consumidores de la población de San Antonio de Pichincha.

Dentro de esta investigación se utilizó instrumentos como las entrevistas, encuestas las cuales permitió obtener de forma directa la recolección de información vinculada al objeto de estudio.

La relación que tienen los proyectos mencionados con la presente investigación es directa la cual busca analizar el comportamiento del consumidor frente a la compra de los medicamentos genéricos y de marca estableciendo cuales son los principales factores que incitan a la compra.

5.02 Justificación.

El propósito de la presente investigación es determinar los factores de preferencia en la decisión de compra al momento de adquirir los medicamentos genéricos o de marca en el sector de Pomasqui.

Tras el proceso de la investigación e información recolectada mediante la encuesta realizada se pudo obtener datos importantes los cuales los consumidores tienen varias incertidumbres o carencias de información sobre los medicamentos genéricos y de marca, por lo tanto, es oportuno realizar un díptico informativo en

cual este específicamente detallado que son estos medicamentos, como actúan en el organismo, su seguridad y efectividad.

Al brindar esta información a la población de Pomasqui lo que se busca es que tengan más claro de lo que son estos medicamentos e incluso que no piensen que los medicamentos genéricos son de mala calidad o que no sean tan efectivos buscando así mantener la economía de este sector.

5.03 Descripción.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el proyecto se programa desarrollar la realización de un díptico que será entregado a los pobladores de Pomasqui con el objetivo principal; eliminar la incertidumbre o falta de información acerca de estos medicamentos genéricos y de marca lo cual se desarrollara describiendo de una forma clara y concisa acerca que es un medicamento genérico o de marca, aclarar que la composición no varía entre estos, indicar el grado de efectividad y seguridad entre ambos.

5.04 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta.

En el sector de Pomasqui existe una gran falta de información acerca de los medicamentos genéricos y de marca, haciéndose diferentes preguntas una de las más principales es el precio que les diferencia, lo cual les lleva a pensar que los medicamentos genéricos al ser más económicos no tienen la misma seguridad y efectividad.

Esta investigación es realizada con el propósito de obtener información de cuáles son los factores que llevan a la decisión de compra, lo cual se llega a determinar la falta de información haciendo que se plantee la elaboración de un díptico que será entregado a los pobladores con la información necesaria,

beneficiando a los moradores de este sector en la forma económica ya que podrán adquirir medicamentos genéricos con más confianza al saber que estos realizaran los mismos resultados que los de marca.

5.04.01 Objetivo general.

Elaborar un díptico que contenga información clara e importante sobre los medicamentos genéricos y de marca.

5.04.02 Objetivos específicos.

- Mantener a la población informada
- Brindar información de los medicamentos genéricos versus de marca
- Aclarar dudas del sector de Pomasqui

5.04.03 Fase experimental.

La investigación del análisis comparativo del consumo de medicamentos genéricos versus de marca, para determinar los factores de preferencia en la decisión de compra en el sector de Pomasqui, D.M.Q periodo 2018. Se realizó el análisis necesario en el cual se pudo identificar cual es el principal factor para el uso o compra de los medicamentos el cual muestra que el factor económico es uno de los principales ya que los pobladores de Pomasqui por su bajo costo adquieren medicamentos genéricos y por otro lado existe un porcentaje medio que adquiere medicamento de marca debido a la carencia de información ya que creen que los genéricos no cumplen con la misma seguridad y efectividad, cabe recalcar que también adquieren medicamentos bajo la recomendación médica teniendo en consideración que el médico especialista hace referencia a los dos tipos de medicamentos para su uso, de acuerdo a esta información recaudada es importante hacer la entrega de un

presente díptico en cual contenga información necesaria de estos medicamentos y se pueda aclarar dichas dudas de los pobladores del sector de Pomasqui.

Ejemplo Díptico



Figura 9 Díptico
Elaborado por: Ximena Quilca

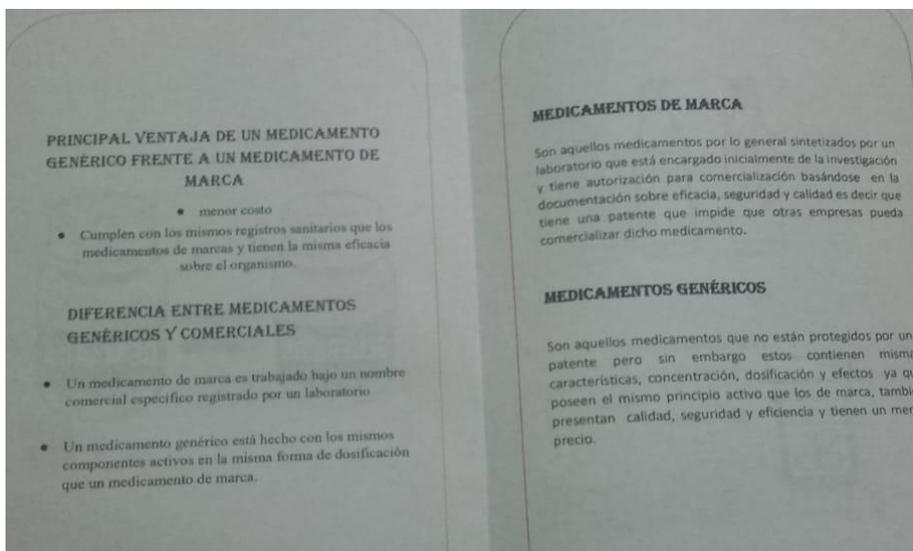


Figura 10 Díptico
Elaborado por: Ximena Quilca

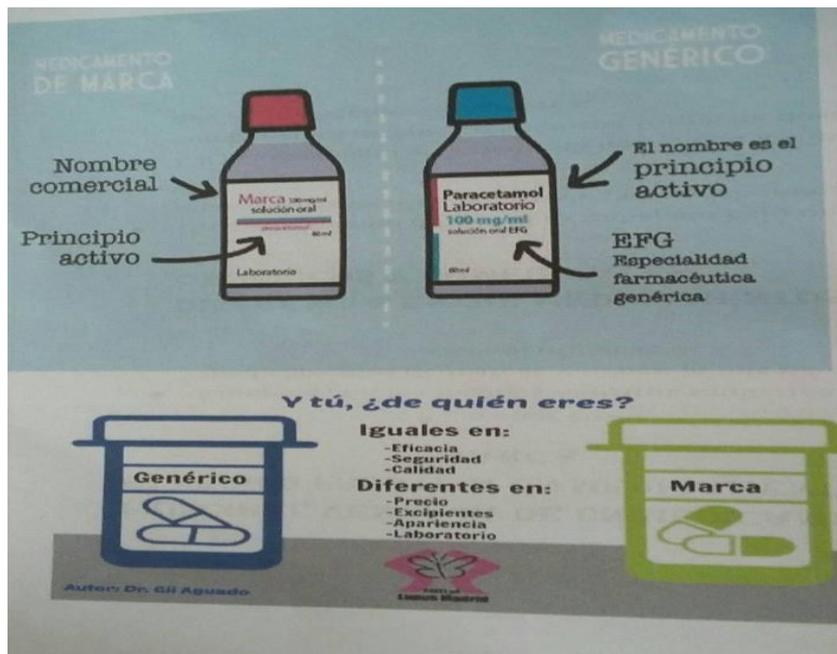


Figura 11 Díptico
Elaborado por: Ximena Quilca

Capítulo VI

6.0 Aspectos Administrativos

6.01 Recursos.

6.01.01 Recurso Humano.

El recurso humano con el que conto la investigación es:

- Tutor
- Lector
- Población de Pomasqui
- Investigador

6.01.02 Recurso Tecnológico.

- Computadora
- Celular
- Libros web
- Correo electrónico
- Flash memory

6.01.03 Recurso Financiero

El presente proyecto fue autofinanciado por el investigador

6.02 Presupuesto.

Tabla 13 Presupuesto

Medio	cantidad	Precio unitario	Precio total
Impresiones	520	\$0.05	\$26
Internet	6meses	\$28	\$168
Transporte	63veces	\$0.25	\$15,75
Alimentación	7veces	\$1,50	\$10.50
Gastos varios	4veces	\$4,50	\$18
Total			\$238.25

Elaborado por: Ximena Quilca

6.03 Cronograma

Tabla 14 Cronograma

Actividades	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	
CAPITULO I																												
Planteamiento del Problema	x																											
Formulación del Problema																												
Objetivo General																												
Objetivos Específicos			x																									
CAPITULO II																												
Antecedentes del Estudio				x																								
Fundamentación Teórica					x																							
Fundamentación Conceptual						x																						
Fundamentación Legal							x																					
Formulación de Hipótesis							x																					
Caracterización de Variables								x																				
Indicadores								x																				
CAPITULO III																												
Diseño de la Investigación									x																			
Población y Muestra										x																		
Operacionalización de Variables											x																	
Instrumentos de Investigación												x																
Procedimientos de la Investigación													x															
Recolección de la Información														x														
CAPITULO IV																												
Procesamiento y análisis de cuadros Estadísticos															x													
Conclusiones del análisis Estadísticos																x												
Respuestas de la Hipótesis o interrogantes																	x											
CAPITULO V																												
Antecedentes																												
Justificación																												
Descripción																												
Formulación del Proceso de aplicación de la propuesta																												
CAPITULO VI																												
Recursos																												
Presupuesto																												
CAPITULO VII																												
Conclusiones																												
Recomendaciones																												
Bibliografía																												
Entrega del avance 100%																												
Revisión por URKUND																												
Sustentación del proyecto																												

Cronograma de actividades

Capítulo VII

7.0 Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones.

- A lo largo del proyecto que se llevó a cabo el análisis comparativo del consumo de medicamentos genéricos versus los de marca se pudo obtener como resultados lo siguiente:
- En la investigación se pudo observar que los pobladores de este sector no tienen el suficiente conocimiento de los medicamentos genéricos y de marca, por lo tanto al momento de adquirirlos el factor principal en la decisión de compra es el factor económico.
- El consumo de medicamentos genéricos en el sector es alto ya que los pobladores son de clase media por lo que al solicitar o comprar una receta primero pregunta el costo, cabe recalcar que los médicos especialistas también lo recomiendan para sus tratamientos por su bajo costo.
- Por lo mencionado anteriormente podemos concluir que el uso de los medicamentos es indispensable ya sean estos medicamentos genéricos o de marca para el tratamiento o curación de una patología. Tanto los medicamentos de marca como los genéricos tienen la misma efectividad ya que el principio activo es el mismo.

7.02 Recomendaciones.

- Fomentar el análisis de los principales factores en la decisión de compra en la elección de medicamentos genéricos como los de marca haciendo énfasis en entregar una suficiente información de la diferencia entre estos en los consumidores.
- Es recomendable continuar con el uso de medicamentos genéricos ya que estos ofrecen la misma acción farmacológica en un bajo costo haciendo que el ahorro farmacológico en los consumidores sea grande pero sin embargo es importante que también tengan el suficiente conocimiento de lo que están adquiriendo para su salud.
- Con la información específica que será otorgada a los pobladores de este sector se busca las recomendaciones con sus familiares, vecinos entre otros, sobre el uso y consumo de estos medicamentos para tratar sus patologías teniendo conocimiento sobre las diferencias.
- También dentro de la entrega de esta información es importante que los dependientes farmacéuticos tengan el suficiente conocimiento acerca de las cualidades de estos medicamentos para que el dependiente pueda emitir dicha información con más claridad ante las dudas de los consumidores.

Bibliografía

(s.f.).

accessmedicina. (2018). Farmacocinética. Conceptos generales. Obtenido de <https://accessmedicina.mhmedical.com/content.aspx?bookid=1510§ionid=98017078>

Acuna, C. (2018). eltelegrafo. Obtenido de <https://www.elselegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/la-ops-promueve-el-consumo-de-medicamentos-genericos>

antihistaminico. (2018). antihistaminico. Obtenido de <https://www.antihistaminico.com/>

Arias. (2006). EL PROYECTO DE INVESTIGACION. Caracas: EPISTEME, C.A.

Ayala, R. (junio de 2017). farma.ebizaro. Obtenido de <http://farma.ebizaro.com/ecuador-como-productor-farmaceutico/>

Bastidas, G. A. (2012). ingeniería en mercadotecnia. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/6831>

Bernal, C. (2006). metodología de la investigación. Obtenido de http://brd.unid.edu.mx/recursos/Taller%20de%20Creatividad%20Publicitaria/TC03/lecturas%20PDF/05_lectura_Tecnicas_e_Instrumentos.pdf

blogspot. (2011). comportamiento del consumidor . Obtenido de <http://marketing-behavior.blogspot.com/2011/04/capitulo-2-marco-teorico-fig.html>

Cabrero , J., & Martínez , M. (27 de mayo de 2018). diseño de la investigación. Obtenido de http://www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_4.htm

canaria, U. d. (25 de mayo de 2017). ulpgc. Obtenido de

<https://www.ulpgc.es/sprlyupr/que-es-radiactividad>

Carranza, Y. C. (2018). Principio activo o sustancia activa. Obtenido de

<http://conacytprensa.mx/index.php/vocabulario/11727-principio-activo-o-sustancia-activa>

Chile, U. d. (21 de Octubre de 2018). investigacion. Obtenido de

<http://www.uchile.cl/portal/investigacion/5120/informacion-general-sobre-patentamiento>

Ciencias, F. d. (abril de 2018). instructivo. Obtenido de

https://feriadelasciencias.unam.mx/files/Feria26_Instructivo.pdf

Consumoteca. (15 de Noviembre de 2015). consumoteca . Obtenido de

<https://www.consumoteca.com/bienestar-y-salud/medicamentos/principio-activo/>

diccionario-medico. (21 de Octubre de 2018). diccionario-medico. Obtenido de

<https://www.cun.es/diccionario-medico/terminos/antigenicidad>

Dinkova, D. T. (2018). depa.fquim.unam.mx. Obtenido de

http://depa.fquim.unam.mx/amyd/archivero/Clase01_26215.pdf

engenerico. (2012). formas-farmaceuticas. Obtenido de

<https://www.engenerico.com/formas-farmaceuticas/>

Espae. (2018). industria farmaceutica. Obtenido de

<http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/IndustriaFarmaceutica.pdf>

- feedbacknetworks. (2018). Calcular la muestra correcta. Obtenido de <https://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calculador.html>
- General, M. (20 de Agosto de 2018). Intra Med. Obtenido de <https://www.intramed.net/contenidover.asp?contenidoID=47111>
- generico, e. (2017). MEDICAMENTOS GENERICOS. Obtenido de <https://www.engenerico.com/hablemos-de-medicamentos-genericos-las-siglas-efg/>
- Karina, B. F. (2004). LAS ETIQUETAS DE LOS MEDICAMENTOS. Obtenido de http://bvs.sld.cu/revistas/far/vol44_sup2_10/Las%20etiquetas%20de%20los%20medicamentos%20en%20investigacion%20en%20los%20EC.pdf
- Kotler, P. (2008). ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR . Obtenido de http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md1/ejec/ME/AC/S07/AC07_Lectura.pdf
- Landín, B. P. (2014). MEDICAMENTO. Obtenido de https://www.coflugo.org/docs/Medicamentos_que_debemos_saber.pdf
- Lexis. (2014). REGLAMENTO A LA LEY DE MEDICAMENTOS. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/Reglamento-a-la-Ley-de-Medicamentos-Gen%C3%A9ricos-de-Uso-Humano.pdf>
- Lladós, J. R. (10 de Marzo de 2011). breve historia de los medicamentos. Obtenido de <https://dempeusperlasalut.wordpress.com/2011/03/10/breve-historia-de-los-medicamentos/>

- Lopez, G. (5 de Octubre de 2016). MEDICAMENTOS GENÉRICOS Y DE MARCA: VENTAJAS Y DESVENTAJAS. Obtenido de <https://prezi.com/peixxtbhm1m5/medicamentos-genericos-y-de-marca-ventajas-y-desventajas/>
- López, P. L. (2004). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- López, S. A. (22 de Julio de 2014). familiaysalud. Obtenido de <http://www.familiaysalud.es/medicinas/farmacos/farmacos-antiepilepticos>
- Maribel, T. C. (2015). repositorio Itsco. Obtenido de <http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/1468/1/27-FARM-15-15-1723250898.pdf>
- medica, R. g. (2 de Marzo de 2017). Genética Médica Blog. Obtenido de <https://revistageneticamedica.com/blog/conceptos-genetica/>
- MEDITERRANEO, C. M. (2017). Factores que influyen en el comportamiento de los consumidores. Obtenido de <http://www.marketingcmm.com/factores-que-influyen-en-el-comportamiento-del-consumidor/>
- Moises, S. (2008). Operacionalización de variables. Obtenido de http://bvsuper.paho.org/videosdigitales/matedu/2012investigacionsalud/20120626Operacionalizacion_MoisesApolaya.pdf?ua=1
- Motoche, K. V. (2015). dspace.cordillera.edu.ec. Obtenido de <http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/1510/1/41-FARM-15-16-1726266370.pdf>

neoattack. (21 de Octubre de 2018). neoattack. Obtenido de

<https://neoattack.com/neowiki/prescriptor/>

Nifa, S. (junio de 2010). medicamentos genericos nifa. Obtenido de

<http://nifa.yage.ec/portal/web/nifa/normas-para-medicamentos-genericos>

Nunes, P. (17 de Enero de 2016). know. Obtenido de

<http://know.net/es/cieeconcom/gestion/efectividad/>

Peter, J. P. (2005). Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing.

Mexico.

prezi. (2015). LA INVESTIGACION BIBLIOGRAFICA. Obtenido de

https://prezi.com/1_t4ohwvumc2/la-investigacion-bibliografica/

psicol. (2015). Métodos de Investigación . Obtenido de

<http://www.psicol.unam.mx/Investigacion2/pdf/metodo/clase5.pdf>

SALUD, L. O. (24 de ENERO de 2012). LEY ORGANICA DE SALUD.

Obtenido de [https://www.todaunavida.gob.ec/wp-](https://www.todaunavida.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/SALUD-LEY_ORGANICA_DE_SALUD.pdf)

[content/uploads/downloads/2015/04/SALUD-](https://www.todaunavida.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/SALUD-LEY_ORGANICA_DE_SALUD.pdf)

[LEY_ORGANICA_DE_SALUD.pdf](https://www.todaunavida.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/SALUD-LEY_ORGANICA_DE_SALUD.pdf)

scribd. (2010). Investigacion Descriptiva. Obtenido de

<https://es.scribd.com/doc/33936895/Investigacion-Descriptiva>

Social, C. N. (2014). Manual para el Diseño y la construcción de indicadores.

Obtenido de

[https://www.coneval.org.mx/Informes/Coordinacion/Publicaciones%20ofi-](https://www.coneval.org.mx/Informes/Coordinacion/Publicaciones%20oficiales/MANUAL_PARA_EL_DISENO_Y_CONTRUCCION_DE_INDICADORES.pdf)

[ciales/MANUAL_PARA_EL_DISENO_Y_CONTRUCCION_DE_IND-](https://www.coneval.org.mx/Informes/Coordinacion/Publicaciones%20oficiales/MANUAL_PARA_EL_DISENO_Y_CONTRUCCION_DE_INDICADORES.pdf)

[CADORES.pdf](https://www.coneval.org.mx/Informes/Coordinacion/Publicaciones%20oficiales/MANUAL_PARA_EL_DISENO_Y_CONTRUCCION_DE_INDICADORES.pdf)

thefreedictionary. (2018). Obtenido de <https://es.thefreedictionary.com/extractos>

universia. (4 de septiembre de 2017). Tipos de investigación. Obtenido de

noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-

[investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html](https://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html)

Velarde, E. A., & Carrasco, C. L. (2007). dspace.espol.edu.ec. Obtenido de

<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10579/1/D->

[37628.pdf](https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10579/1/D-37628.pdf)

wikipedia. (2018). Obtenido de

<https://es.wikipedia.org/wiki/Toxicolog%C3%ADa>

wordreference. (2018). wordreference. Obtenido de

<http://www.wordreference.com/definicion/miniaturizaci%C3%B3n>

ANEXOS

Anexo 1 Orden de empastado



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA**

ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **QUILCA DE LA CRUZ MARIELA XIMENA**, portador de la cédula de identidad N° 1727445908, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 19 de noviembre del 2018


19 NOV 2018
Mariela B.
Sra. Mariela Balseca
CAJA


"CORDILLERA"
Estela Montes
CONSEJO DE CARRERA

Dra. Estela Montes
DELEGADA DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN


Ing. William Parra
BIBLIOTECA


"CORDILLERA"
19 NOV 2018
Samira Villalba
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES


"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
Jorge López
Dr. Jorge López

DIRECTOR DE CARRERA


"CORDILLERA"
22 NOV 2018
Luis Hernández
Tglo. Luis Hernández
SECRETARÍA ACADÉMICA

Anexo 2 Urkund

 URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS XIMENA QUILCA ORIGINAL.docx (D43137715)
Submitted: 10/27/2018 1:09:00 AM
Submitted By: xime19love@gmail.com
Significance: 8 %

Sources included in the report:

tesis carlos pdf.pdf (D23343317)
Tesis_Manobanda_S_Farmacia.pdf (D43135335)
TESIS FINAL (1).pdf (D23181499)
<http://www.wordreference.com/definicion/excipiente>
<https://accessmedicina.mhmedical.com/content.aspx?bookid=1510§ionid=98017078>
<http://farma.ebizar.com/ecuador-como-productor-farmaceutico/>
http://www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_4.htm
<https://www.consumoteca.com/bienestar-y-salud/medicamentos/principio-activo/>
<https://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calcular.html>
<https://www.intramed.net/contenidover.asp?contenidoID=47111>
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
<http://www.familiaysalud.es/medicinas/farmacos/farmacos-antiepilepticos>
<http://www.marketingcmm.com/factores-que-influyen-en-el-comportamiento-del-consumidor/>

Instances where selected sources appear:

29

