



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS
GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL
CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Administración de Boticas y Farmacias.

Autora: Karina Valeria Vásquez Motoche

Tutor: Dra. Cecilia Dávila

Quito, Noviembre 2015

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han 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.

Karina Valeria Vásquez Motoche.

CC 172626637-0



CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Karina Valeria Vásquez Motoche alumna de la Escuela de Administración de Boticas y Farmacias, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior “Cordillera”.

CC 172626637-0

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.



DEDICATORIA

Dedico una de mis metas cumplidas a mis padres, aunque mi papi no esté aquí conmigo sin duda ha sido un gran pilar para mis triunfos, a mi madre por el apoyo incondicional que me ha brindado, a mis hermanos Eduardo, Andrea y Génesis .

A mi ñaña Mary, Paola, y cada uno de mis sobrinos que me impulsan a seguir
cumpliendo mas metas.

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

INDICE

INDICE	IV
1.01 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.02 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	2
1.03 OBJETIVO GENERAL	2
1.04 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	2
2.01 ANTECEDENTES DE ESTUDIO.....	4
2.01.1 INDUSTRIA FARMACÉUTICA.	4
2.01.2 MERCADO FARMACÉUTICO.	4
2.01.3 LABORATORIOS.	5
2.01.4 CAPACIDAD PRODUCTIVA DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS EN EL ECUADOR.....	6
2.02 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	7
2.02.1 MEDICAMENTOS GENÉRICOS.....	7
2.02.2 MEDICAMENTOS DE MARCA.....	7
2.02.3 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y DECISIÓN DE COMPRA.....	8
2.02.4 PROCESO DE COMPRA.....	9
2.03 FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	11
2.04 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	13
2.05 PREGUNTAS DIRECTRICES.....	14

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.

2.06 CARACTERIZACIÓN DE LAS VARIABLES PREGUNTAS DIRECTRICES DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
2.06.1 VARIABLE INDEPENDIENTE.....	15
2.06.2 VARIABLE DEPENDIENTE.	15
2.07 INDICADORES	16
3.01 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
3.01.1 INVESTIGACIÓN DE CAMPO:.....	17
3.01.2 INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL:	18
3.02 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	19
3.02.2 MUESTRA: ES UN SUBCONJUNTO REPRESENTATIVO DE LA POBLACIÓN.....	20
3.02.3 CALCULO DE MUESTRA.	20
3.03 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	21
3.04 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	22
3.06 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	23
3.06.1 ENCUESTA.	23
4.01 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE CUADROS ESTADÍSTICOS.	27
4.02 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS ESTADÍSTICO.....	41
4.03 RESPUESTAS A LA HIPÓTESIS O INTERROGANTES DE INVESTIGACIÓN.	44
5.01 ANTECEDENTES.	47
5.02 JUSTIFICACIÓN	48
5.03 DESCRIPCIÓN.....	49

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.



5.04 FORMULACIÓN DEL PROCESO DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA	49
6.01 RECURSOS.....	53
6.02 PRESUPUESTO.....	54
6.03 CRONOGRAMA	55
7.01 CONCLUSIONES.....	56
REFERENCIAS.....	67

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	21
Tabla 2.	21
Tabla 3.	28
Tabla 4.	29
Tabla 5.	30
Tabla 6.	31
Tabla 7.	32
Tabla 8.	33
Tabla 9.	35
Tabla 10.	36
Tabla 11.	37
Tabla 12.	38
Tabla 13.	39
Tabla 14.	40

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

INDICE DE GRAFICAS

Gráfica 1.		19
Gráfica 2.		28
Gráfica 3.		29
Gráfica 4		30
Gráfica 5		31
Gráfica 6		32
Gráfica 7		33
Gráfica 8.		34
Gráfica 9		35
Gráfica 10		36
Gráfica 11		37
Gráfica 12		38
Gráfica 13		39
Gráfica 14		40

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

CAPITULO I

1.01 Planteamiento del problema.

A nivel nacional existe dos tipos de medicamentos los genéricos y de marca, los cuales satisfacen las necesidades de los consumidores, pero en preferencia de consumo los medicamentos de marca sobresalen en ventas al existir una desconfianza en médicos y pacientes de la eficacia del medicamento genérico. El tiempo.com,(2014)

Zumba L.(2012) en una investigación realizada determina que,

En el 2011 la venta de medicamentos alcanzó los \$975,8 millones a nivel nacional. De ese total, 69,9 millones fueron genéricos, lo que equivale a un 7%, según un reporte de IMS Health, que estudia el mercado privado.

Esa participación se eleva al 12,7% si se toman en cuenta las compras públicas que en estos últimos años ha realizado el Estado, dice Carlos Cornejo, gerente de la Empresa Pública de Fármacos (Enfarma).

En el Barrio de San Antonio de Pichincha identificaremos la preferencia de consumo de los medicamentos genéricos y de marca.

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

Se determinara la principal causa del por qué las personas no consumen medicamentos genéricos, y se podrá realizar campañas de información para cubrir con las inquietudes de la acción farmacológica de los medicamentos.

1.02 Formulación del problema

Qué factores influyen en la decisión de compra entre los medicamentos genéricos y de marca en la población del Barrio San Antonio de Pichincha del DMQ.

1.03 Objetivo general

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.

1.04 Objetivos específicos

1 Establecer el proceso de compra de los consumidores de medicamentos genéricos y de marca en el Barrio San Antonio de Pichincha, definiendo cuales son los factores que influyen al momento de la compra.

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

2 Determinar qué factores influyen en la compra de medicamentos de marca y genéricos en la población de San Antonio de Pichincha.

3 Identificar cuáles son los laboratorios que distribuyen medicamentos genéricos y de marca en el Barrio San Antonio de Pichincha.

CAPITULO II

2.01 Antecedentes de Estudio.

2.01.1 Industria farmacéutica.

La industria Farmacéutica es el sector que está dedicado a la investigación y preparación de productos químicos medicinales para prevenir o tratar enfermedades.

En el Ecuador la Industria Farmacéutica se encuentra posesionada más de 100 años, esto empezó con pequeños emprendimientos los que pasaron a preparar fórmulas magistrales.

El laboratorio H.G es el pionero quien a partir de 1895 empieza la industria farmacéutica en el Ecuador. (Ayala,2014)

2.01.2 Mercado Farmacéutico.

En el sector farmacéutico tenemos el privado y el público.

El mercado privado corresponde a todas las ventas que se realicen en las farmacias del país y esto corresponde al \$1,200 millones de dólares anuales, cuyo crecimiento ha disminuido en un 5%, debido principalmente a la compra pública.

Este mercado se difunde gracias a los laboratorios que realizan visitas a los médicos, brindándoles información sobre la eficiencia terapéutica los productos farmacéuticos.
(Ayala,2014)

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

2.01.3 Laboratorios.

En el mercado ecuatoriano existen alrededor de 319 laboratorios de los cuales el 17% poseen planta, es decir 53 laboratorios, de los 266 restantes no tienen planta propia.(Delfos Consult,2013).

El sector farmacéutico se encuentra conformada por laboratorios de tres tipos distintos:

Los multinacionales que investigan y desarrollan nuevos medicamentos y son dueños de la mayor parte de las patentes, por lo original son de EE.UU y de Europa. Están asociados a la Industria Farmacéutica de Investigación e Innovación (IFI)

Los latinoamericanos que producen genéricos, conformada por la Asociación de Laboratorios Farmacéuticos (ALAFAR).

Las nacionales que producen genéricos y están agrupadas en la Asociación de Laboratorios Farmacéuticos Ecuatorianos (ALFE), y a la Cámara de Industrias Farmacéuticas Ecuatorianas (CIFE).(ProEcuador,2013)

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

2.01.4 Capacidad productiva de medicamentos genéricos en el Ecuador.

Dentro de la Matriz Productiva el sector farmacéutico es prioritario, es por tal motivo que el Ministerio de Industrias y Productividad, desarrolla actividades de seguimiento, análisis y apoyo a las plantas nacionales de producción de fármacos. (Ministerio de Industrias y Productividad).

Este proceso se inició en el 2015 con las encuestas realizadas a 18 laboratorios seleccionados de la base de datos de la Asociación de Laboratorios Farmacéuticos del Ecuador ALFE, durante el recorrido por los laboratorios genéricos nacionales, GENA, los técnicos del Ministerio de Industria resalto el gran potencial que tienen los laboratorios para el incremento de su producción. (Ministerio de Industrias y Productividad).

La visita a la planta de producción, los técnicos conocieron la infraestructura, maquinaria y el proceso de elaboración.

Además se evidencio que el proceso cuenta con Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), que es otorgado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA. (Ministerio de Industrias y Productividad)

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

2.02 Fundamentación Teórica

2.02.1 Medicamentos genéricos.

“Como concepto general, se trata de una especialidad farmacéutica que tiene el mismo principio activo, la misma dosis, la misma forma farmacéutica y las mismas características cinéticas, dinámicas y técnicas que un medicamento que no está protegido por patente alguna y que es utilizado como referencia legal técnica” .Saludalia,(s.f)

2.02.2 Medicamentos de Marca.

Sophie, (2011) determinó que los medicamentos de marca:

Es aquél sintetizado por un laboratorio, que se ha encargado inicialmente de la investigación de ese medicamento, los estudios de eficacia, eficiencia, biodisponibilidad, etc. Lleva asociada una patente que impide que cualquier otra empresa farmacéutica pueda sintetizar y comercializar ese medicamento durante aproximadamente 20 años, incluyendo el tiempo que se estudia ese medicamento y su comercialización. Y lleva escrito en el envase el nombre comercial y el del principio activo.

2.02.3 Comportamiento del consumidor y decisión de compra.

Hay diversos factores que influyen en la hora de tomar decisiones de compra las cuales son:

Factores Culturales.

Es el conjunto de conocimientos que tenemos en un momento dado, consumimos todo aquello que nos gusta y conocemos, al igual que cada individuo pertenece a distintas culturas que determinara sus costumbres, gustos y preferencias al momento de la hora de comprar un producto.(Tutor Empresa,2014)

Factores Sociales.

Encontramos el factor social que es aquel que divide en grupos según su nivel económico, profesional, trabajo, etc. Hoy en la actualidad conocemos varias clases sociales: alta, media alta, media baja, baja, de ahí su comportamiento como consumidor.(Tutor Empresa,2014)

Factores Personales

Una persona a lo largo de su vida, sus gustos y preferencias tienden a cambiar por la edad, su estilo de vida se refleja en las opiniones, intereses lo cual influye en el comportamiento de compra. .(Tutor Empresa,2014)

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

2.02.4 Proceso de compra.

Las fases para un proceso de compra Philip Kotler lo detalla en cinco etapas:

Reconocimiento de la necesidad: El individuo reconoce su necesidad, identifica su estado actual de insatisfacción y lo compara con lo que desea conseguir, la necesidad se estimula de una manera natural o en otras formas de una manera externa como puede ser un anuncio o un escaparate. Kokemuller,N,(s.f)

Búsqueda de información: El consumidor busca información sea de una forma práctica pasiva como puede ser en anuncios publicitarios, o en una manera activa buscando información en profesionales, amigos o familiares. Con esto el consumidor conoce ya el producto en: marcas comercializadas, precios, características, etc. Kokemuller,N,(s.f)

Evaluación de alternativas: Ya obtenida la información por el consumidor, este realiza un balance de los beneficios que obtendrá de cada marca, valorando las características que más le interese. Kokemuller,N,(s.f)

Decisión de compra: Según la valoración de las alternativas el consumidor lleva a cabo la compra, decidiendo la marca, que cantidad, en donde y como realizará el pago.

Kokemuller,N,(s.f)

Comportamiento de postcompra: Este dependerá del grado de satisfacción o insatisfacción que el producto produzca en el consumidor una vez comprado y usado. Si el producto cumple las expectativas del consumidor este volverá con seguridad a consumir el producto, si no lo está, no volverá a comprar e incluso hablara con otras personas indicando su rechazo a dicho producto. Kokemuller,N,(s.f)0029

2.03 Fundamentación Conceptual.

La siguiente información está tomado de: Glosario de Términos Farmacológicos- Infomed.

Eficacia: Capacidad para obrar o para producir el efecto deseado.(Infomed.)

Biodisponibilidad: Es un término farmacocinético que alude a la fracción de la dosis del mismo administrada que alcanza su diana terapéutica o lo que es lo mismo que llega hasta el tejido sobre el que realiza su actividad. (Infomed.)

Patente: Es un derecho exclusivo concedido a una invención, es decir, un producto o procedimiento que aporta, en general, una nueva manera de hacer algo o una nueva solución técnica a un problema. (Infomed.)

Principio Activo: Es toda sustancia química purificada utilizada en la prevención, diagnóstico, tratamiento, mitigación y cura de una enfermedad, para evitar la aparición de un proceso fisiológico no deseado o bien para modificar condiciones fisiológicas con fines específicos. (Infomed.)

Farmacocinética: Es la rama de la farmacología que estudia los procesos a los que un fármaco sometido a través de su paso por el organismo. Trata de dilucidar qué sucede con un fármaco desde el momento en el que es administrado hasta su total eliminación del cuerpo. (Infomed.)

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

Farmacodinamia: Es el estudio de los efectos bioquímico y fisiológicos de los fármacos y de sus mecanismos de acción y la relación entre la concentración del fármaco y el efecto de éste sobre un organismo. (Infomed.)

Excipiente: Son aquellas sustancias que a las concentraciones presentes en una forma farmacéutica, carecen de actividad farmacológica, ello no excluye la posibilidad de que determinados excipientes puedan causar reacciones alérgicas o efectos indeseables. Estos se emplean con el fin de dotar la forma farmacéutica de características que aseguren la eficacia, biodisponibilidad y facilitar la administración de uno o más principios activos. (Infomed.)

Formas de presentación: Es forma como se ofrece un producto para su comercialización, este puede ser en: jarabe, capsula, supositorio, crema etc., en relación al tipo de envase, contenido en volumen y número de unidades. (Infomed.)

2.04 Fundamentación Legal.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR (2008):

Art. 363 Numeral 7 “El Estado será responsable de garantizar la disponibilidad y acceso a medicamentos de calidad, seguros y eficaces, regular su comercialización y promover la producción nacional y la utilización de medicamentos genéricos que responden a las necesidades epidemiológicas de la población. En el acceso a medicamentos los intereses de la Salud Pública prevalecerán sobre los económicos y comerciales”.(Ministerio de Salud Pública)

LEY ORGÁNICA DE SALUD NORMA: Ley 67 - R.O/ 423 -22-12-2006

Art. 28. El MSP con el apoyo del Consejo Nacional de Salud, promoverán la producción nacional y garantizará el uso de productos genéricos y organizará instancias y procesos de provisión común de los mismos, de acuerdo con el Cuadro Nacional de Medicamentos Básicos que se elaborará según la nomenclatura internacional aprobada por la Organización Mundial de la Salud, el mismo que será de aplicación obligatoria por las entidades del sector, con resguardo de su calidad, seguridad y eficacia y al menor costo posible. ”. (Ministerio de Salud Pública)

Art. 137 Los medicamentos están sujetos al Registro Sanitario. ”. (Ministerio de Salud Pública)

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

L.O.S Art 154: Promoverá la producción, importación, comercialización, dispensación y expendio de medicamentos genéricos con énfasis en los esenciales, de conformidad con la normativa vigente en la materia. Su uso, prescripción, dispensación y expendio es obligatorio en las instituciones de salud pública. ”. (Ministerio de Salud Pública)

2.05 Preguntas Directrices.

¿Será posible identificar los factores que influyen a la toma de decisión de compra de los medicamentos genéricos y de marca en el Barrio San Antonio de Pichincha?

¿El factor económico es el principal factor influyente en la decisión de compra?

¿El nivel socioeconómico es una variable al momento de consumir medicamentos genéricos?

¿Podrá la falta de conocimiento de la eficacia terapéutica de los medicamentos genéricos provocar un índice bajo en su consumo?

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.

2.06 Caracterización de las Variables Preguntas Directrices de la investigación.

Rivas J, (2012), define que la variable, es toda característica o cualidad que identifica una realidad y que se puede medir, controlar y estudiar mediante una investigación.

Tenemos dos clases de variable la dependiente y la independiente.

Variable independiente: Es aquella característica o cualidad que tiene la capacidad de influir o afectar a otras variables, esta variable no depende de otros factores.(Rivas J,2012)

Variable dependiente: Es aquella característica o cualidad que estamos investigando, es el objeto de estudio el cual se está investigando, esta variable puede ser manipulado por el investigador.

2.06.1 Variable Independiente.

Medicamentos genéricos y de marca.

2.06.2 Variable dependiente.

Factores que influyen al comportamiento de compra.

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

2.07 Indicadores

Numero de laboratorios en el Ecuador.

Principales Laboratorios de medicamentos genéricos.

Nivel de consumo de los medicamentos genéricos y de marca.

Factores influyentes en la compra de medicamentos genéricos y de marca

CAPITULO III

3.01 Diseño de la investigación.

El enfoque de esta investigación se llevara a cabo de la siguiente manera:

3.01.1 Investigación de Campo:

Leyton, A,(2012), indica que la investigación de campo se presenta mediante una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de descubrir de qué modo, o porque causas se produce una situación en particular.

Se llevara a cabo esta investigación, ya que nos permitirá obtener información directa de los consumidores al saber cuál es su preferencia entre los medicamentos genéricos y de marca, y determinar que motiva al consumidor a realizar dicha compra.

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

3.01.2 Investigación Documental:

Leyton, A,(2012), explica que esta investigación se la realiza apoyándose en fuentes de carácter documental, es decir documentos de cualquier especie como pueden ser de bibliográfica, hemerográfica y archivística.

Nos basaremos en libros, revistas, tesis que nos permitirán obtener conceptos, teorías para el desarrollo de la investigación.

Consideraremos la documentación de reportes de comercios, artículos de revistas, de páginas oficiales como:

Ministerio de Salud

Ministerio de Industrias y Productividad.

INEC

ARCSA

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

3.02 Población y Muestra

3.02.1 Población:

Es el conjunto de individuos, objetos o medidas que poseen algo características en común, observables en un tiempo y lugar determinado. Wigodsky, J.(2010)

Para ello tomaremos en cuenta la población de la parroquia San Antonio de Pichincha que tiene una población de 32.357 habitantes.

Nombre del GAD	Gobierno Descentralizado Autónomo de "San Antonio de Pichincha"
Fecha de fundación de la parroquia	No se sabe con certeza la fecha de fundación de San Antonio de Pichincha, aunque en 1692 se encuentran los primeros registros de San Antonio de Pomasque. Otra fecha probable es 1705.
Población total al 2014	32.357 habitantes
Extensión	La superficie aproximada de la parroquia es de 116.26 Km ²
Límites	Norte: Parroquia San José de Minas Sur: Parroquias Pomasqui y Calderón Este: Parroquias Puéllaro y Cantón Pedro Moncayo Oeste: Parroquia Calacalí
Rango altitudinal	El punto más alto de la parroquia está a 2439 msnm.

Gráfica 1. Caracterización General de la Parroquia San Antonio de Pichincha.

Fuente: Plan de Desarrollo San Antonio de Pichincha.

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

3.02.2 Muestra: Es un subconjunto representativo de la población.

De la cual se realizara una muestra aleatoria que es aquella que se selecciona al azar y cada miembro tiene igual oportunidad de ser incluido. Wigodsky, J.(2010)

3.02.3 Calculo de muestra.

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

Donde:

K= Es el nivel de confianza

K=95% → 1,96

N=Tamaño de la población

N=32.357

p= Probabilidad de éxito

p=0,5

q=Probabilidad de fracaso

q=0,5

e=Margen de error

e=0,05

$$= \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 32357}{(0,05)^2 * (32357 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$= \frac{31075,6628}{81,8504}$$

$$= 380$$

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

3.03 Operacionalización de Variables

Tabla 1. Operacionalización de Variable Dependiente.

VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSION	INDICADORES
Medicamentos genéricos y de marca	Medicamentos es aquel preparado farmacéutico a partir de uno o más principios activos *El genérico son medicamentos que tienen el mismo principio activo, que uno de marca lo que les distingue es la marca y el laboratorio que los elabora.	*Eficacia *Biodisponibilidad *Precio	*Nivel de consumo entre medicamentos genéricos y de marca.

Autor: Karina Vásquez

Tabla 2. Operacionalización de Variable Independiente

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSION	INDICADORES
Factores que influyen en el comportamiento de compra	El comportamiento de compra varía enormemente en cuanto a edad, ingreso, nivel social y gustos.	*Factor Cultural *Factor Social *Factor Personal	*Factor influyente en la decisión de compra de medicamentos genéricos y de marca

Autor: Karina Vásquez

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.

3.04 Instrumentos de Investigación

En la siguiente investigación se utilizara los siguientes instrumentos de investigación:

3.04.1 Entrevistas:

La entrevista es aquella conversación directa entre uno o más entrevistadores y uno o varios entrevistados con el fin de obtener información vinculada al objeto de estudio.

Herrera,L; Medina,A.(2010) .

Esto se llevara a cabo con los Administradores de cada farmacia que se encuentran en el Barrio de San Antonio de Pichincha, para determinar qué nivel de ventas entre medicamentos genéricos y de marca sobresalen, además tomando en cuenta que ellos tienen una comunicación directa con el cliente podremos determinar que factor es influyente en la compra.

3.04.2 Encuesta:

Esta es una técnica de recolección de información, por lo cual los informantes responden por escrito las preguntas entregadas por escrito. Herrera,L; Medina,A.(2010)

En la encuesta se obtendrá una información más clara y concreta de la preferencia de consumo en medicamentos.

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

3.06 Recolección de la Información

3.06.1 Encuesta.

Objetivo: 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.

1. Que considera usted antes de comprar un medicamento.

Precio: _____
Marca : _____
Casa farmacéutica: _____

2. Qué tipo de medicamentos prefiere comprar?

Genéricos:____ Marca:____

Si su respuesta fue de marca conteste la siguiente pregunta caso contrario continúe.

3. Por qué no compra medicamentos genéricos?

Precio: _____
Calidad: _____
Baja efectividad: _____
No los venden: _____
Desconocimiento: _____
Otros: _____

Si su respuesta fue de genérico conteste la siguiente pregunta caso contrario continúe.

4. Por qué no compra medicamentos marca?

Precio: _____
 Calidad: _____
 Baja efectividad: _____
 No los venden: _____
 Desconocimiento: _____
 Otros: _____

5. En la farmacia que compra sus medicamentos le ofrecen genéricos?

Si: _____

No: _____

6. Qué diferencia encuentra usted entre el medicamento genérico y de marca?

GENÉRICO		MARCA	
Efectividad		Efectividad	
Seguridad		Seguridad	
Precio		Precio	
Ninguna		Ninguna	

7. Usted consume medicamentos genéricos por recomendación de :

Una persona conocida que no es su familia: _____
 Familiares: _____
 Vendedor de la farmacia: _____
 Prescripción médica: _____
 Otros: _____

8. Usted consume medicamentos marca por recomendación de :

Una persona conocida que no es su familia: _____
 Familiares: _____
 Vendedor de la farmacia: _____
 Prescripción médica: _____
 Otros: _____

9. Califique el tipo de experiencia que usted ha tenido con los medicamentos genéricos

Efectividad				
Insuficiente	Bajo	Bueno	Muy bueno	Excelente

10. Califique el tipo de experiencia que usted ha tenido con los medicamentos marca

Efectividad				
Insuficiente	Bajo	Bueno	Muy bueno	Excelente

CAPITULO IV

4.01 Procesamiento y análisis de cuadros estadísticos.

A continuación se presenta los análisis estadísticos de la encuesta realizada a la población de San Antonio de Pichincha los días 11,12 y 13 de Febrero del 2016, sobre el análisis de consumo de medicamentos genéricos y de marca para establecer las preferencias de consumo.

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

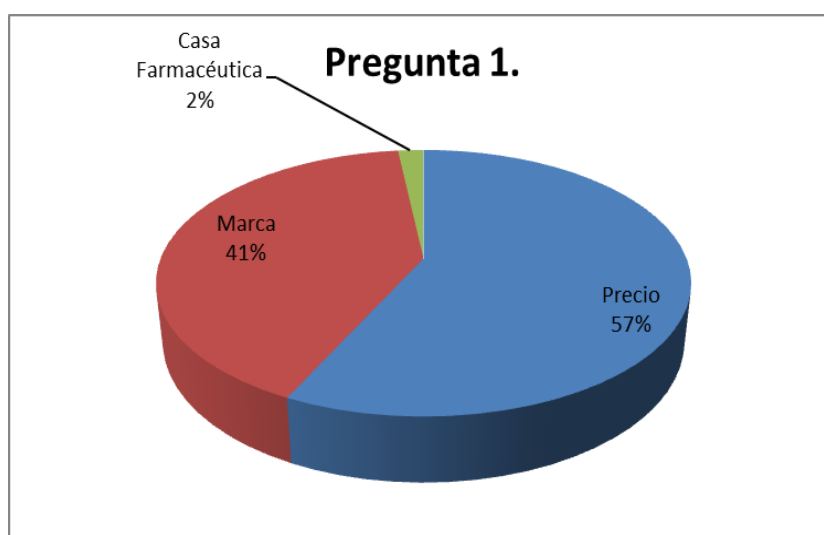
PREGUNTA NO. 1

1. Que considera usted antes de comprar un medicamento.

Precio	Marca en especifica	Casa Farmacéutica
217	156	7

Tabla 3
Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez



Gráfica 2.
Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez

ANÁLISIS: Como se puede observar en el gráfico, el 57 % parte de las personas de la población de San Antonio de Pichincha elige los medicamentos por sus precios, así también se puede observar que un 41% se inclina por una marca específica, y un 2% lo hacen por la casa farmacéutica.

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

PREGUNTA NO. 2

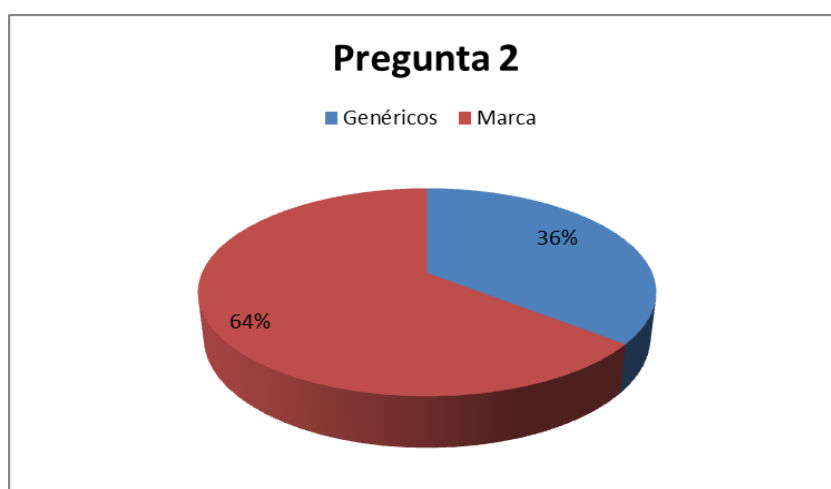
2. Qué tipo de medicamentos prefiere comprar?

Genéricos	Marca
171	209

Tabla 4

Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez



Gráfica 3.
Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez

ANÁLISIS: Los resultados evidencian, que los usuarios, prefiere en un 64% los medicamentos de marca que los medicamentos genéricos con una gran diferencia en su preferencia.

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

PREGUNTA NO. 3

3. Por qué no compra medicamentos genéricos?

Precio	Calidad	Baja Efec- tividad	No los venden	Desconocimientos	Otros
21	83	98	7	0	0

Tabla 5

Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez

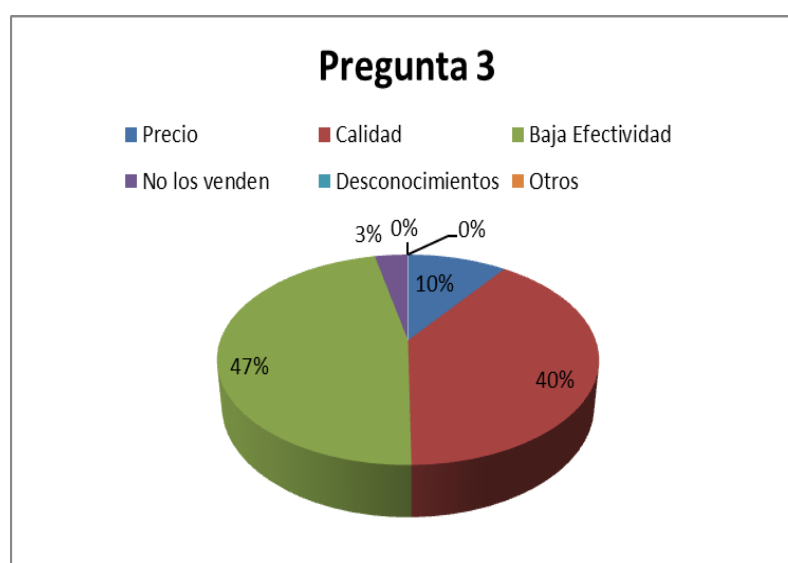


Gráfico 4

Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez

ANÁLISIS: La situación antes planteada, nos da a conocer que las personas al comprar medicamentos no prefieren los genéricos porque consideran que no son de buena calidad, y su efectividad es baja.

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

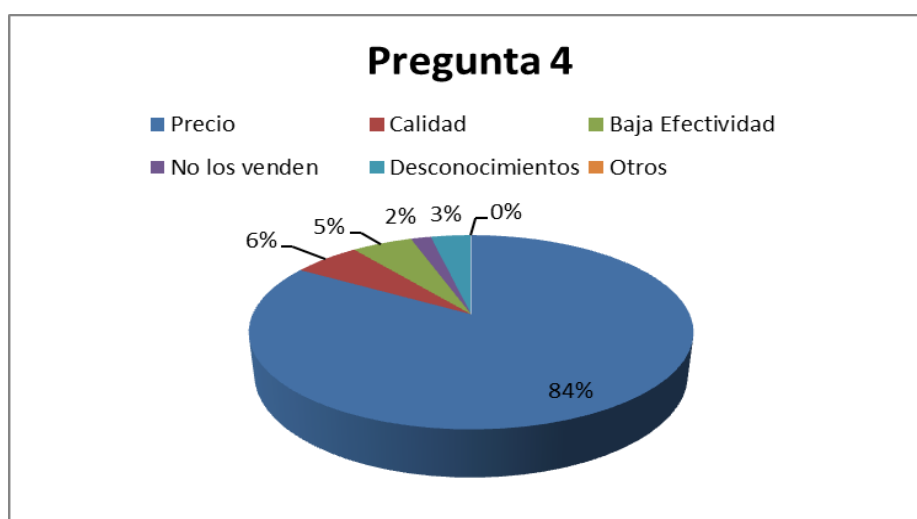
PREGUNTA 4

4. Por qué no compra medicamentos marca?

Precio	Calidad	Baja Efectividad	No los venden	Desconocimientos	Otros
143	10	9	3	6	0

Tabla 6
Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez



Gráfica 5
Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez

ANÁLISIS: Como podemos observar en la gráfica un 84% de la población al consumir medicamentos no prefieren los de marca por su precio ya que tiene un valor elevado en el mercado, mientras que en un menor porcentaje indican que es por su baja calidad y baja efectividad.

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

PREGUNTA 5

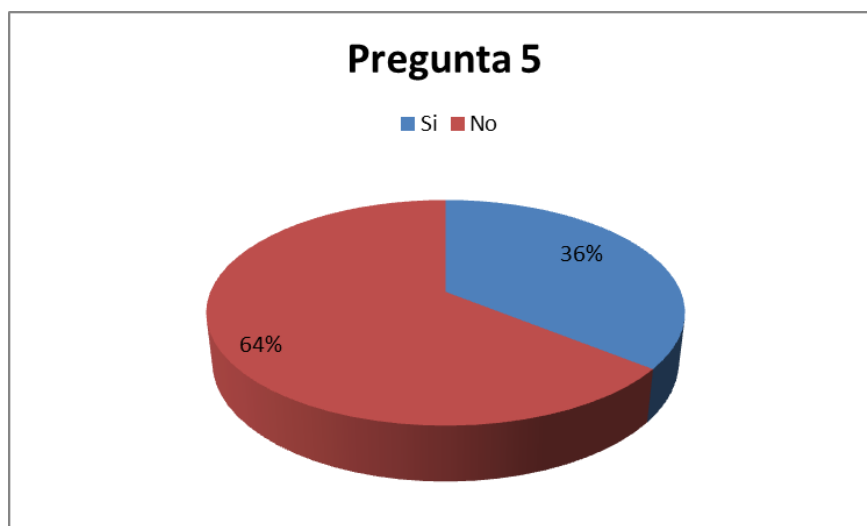
5. En el lugar que compra sus medicamentos le ofrecen genéricos

Si	No
136	244

Tabla 7

Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez



Gráfica 6

Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez

ANALISIS: De acuerdo, el sector donde se está realizando la investigación se puede determinar que en un 64% las farmacias existentes en el lugar no ofrecen como alternativas los medicamentos genéricos

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

PREGUNTA 6

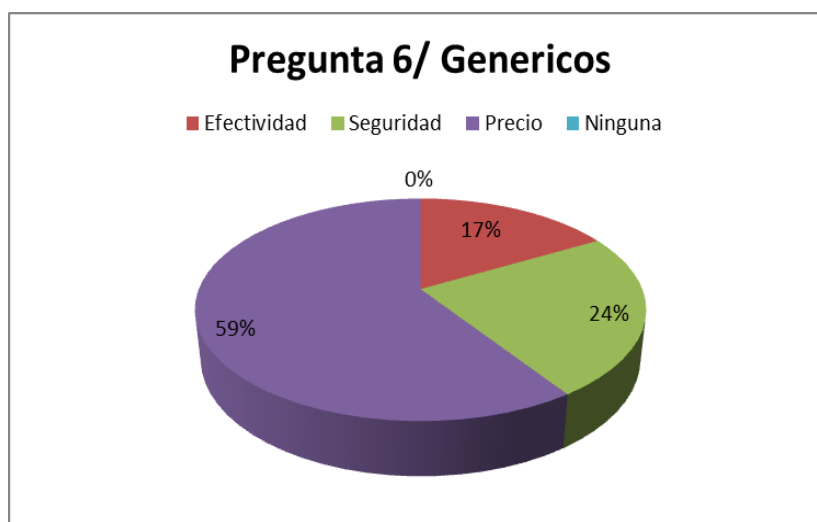
6. Qué diferencia encuentra usted entre el medicamento genérico y de marca?

GENÉRICO		MARCA	
Efectividad	64	Efectividad	174
Seguridad	90	Seguridad	203
Precio	226	Precio	3
Ninguna	0	Ninguna	0

Tabla 8

Fuente: Encuesta

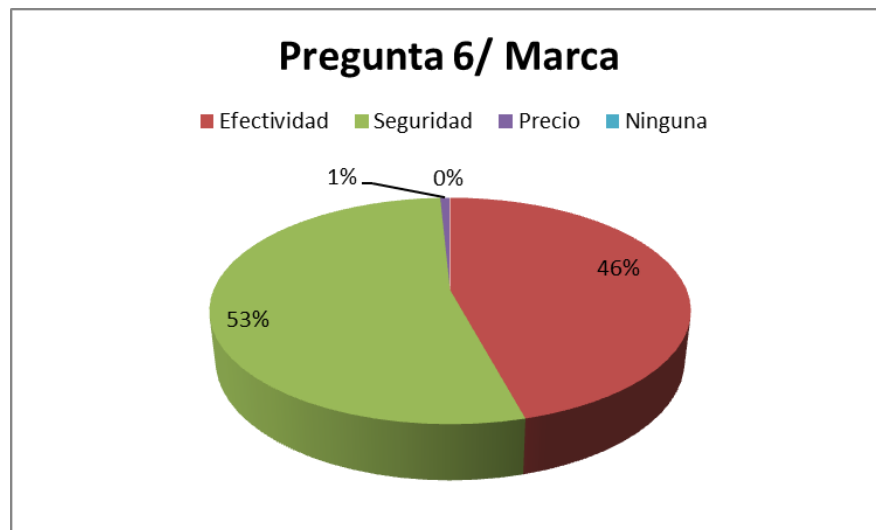
Elaborado: Karina Vásquez



Gráfica 7
Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez

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.



Gráfica 8.
Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez

ANALISIS: Mediante lo antes planteado, se puede observar que la gran diferencia que se encuentra entre medicamentos genéricos y de marca son, el precio como primer referente, así como la seguridad que ofrecen los de marca ante los genérico

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

PREGUNTA 7

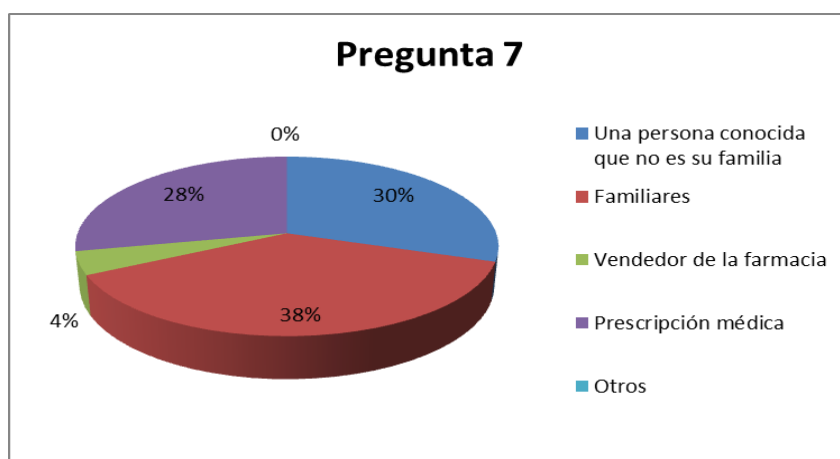
7. Usted consume medicamentos genéricos por recomendación de :

Una persona conocida que no es su familia	Familiares	Vendedor de la farmacia	Prescripción médica	Otros
114	143	16	107	0

Tabla 9

Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez



Gráfica 9

Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez

ANÁLISIS: Podemos observar que la compra de medicamentos genéricos se da un 38% por la recomendación de un familiar y conocidos.

Es este punto se evidencia un factor social, cultural y económico de nuestra sociedad en la actualidad.

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

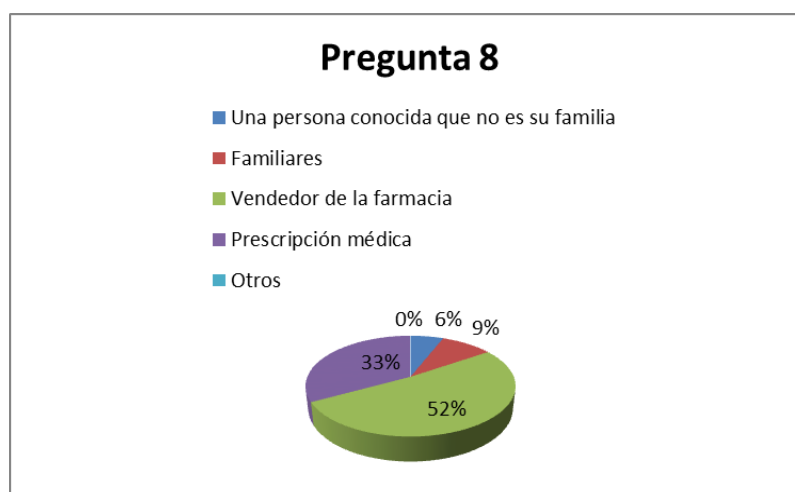
PREGUNTA 8

8. Usted consume medicamentos marca por recomendación de :

Una persona conocida que no es su familia	Familiares	Vendedor de la farmacia	Prescripción médica	Otros
23	36	196	125	0

Tabla 10
Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez



Gráfica 10
Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez

ANÁLISIS: Es oportuno mencionar que las personas consumen medicamentos genéricos por lo general, cuando la receta es médica, pero al momento de comprar los medicamentos el dependiente de la farmacia le recomienda comprar un medicamento de marca, por lo que las encuestas realizadas reflejan un 52% en recomendación al vendedor de la farmacia.

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

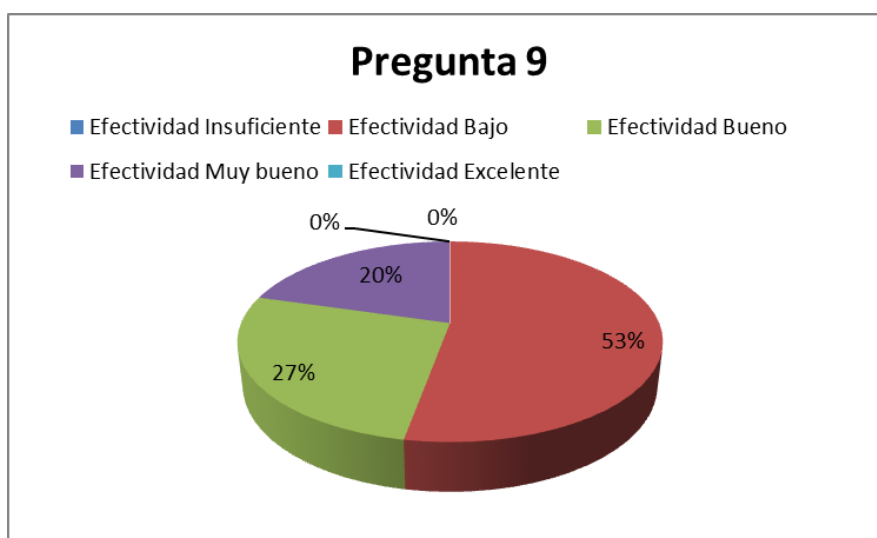
PREGUNTA 9

9. Califique el tipo de experiencia que usted ha tenido con los medicamentos genéricos.

Efectividad				
1	2	3	4	5
0	201	101	78	0

Tabla 11
Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez



Gráfica 11
Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez

ANÁLISIS: Por otro lado se encuentra que la experiencia de los consumidores de acuerdo a la efectividad de los medicamentos genéricos, lo cual un 53% considera que su efectividad es bajo, un 20% que su efectividad es muy buena y el 27% indica que su efectividad es buena.

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

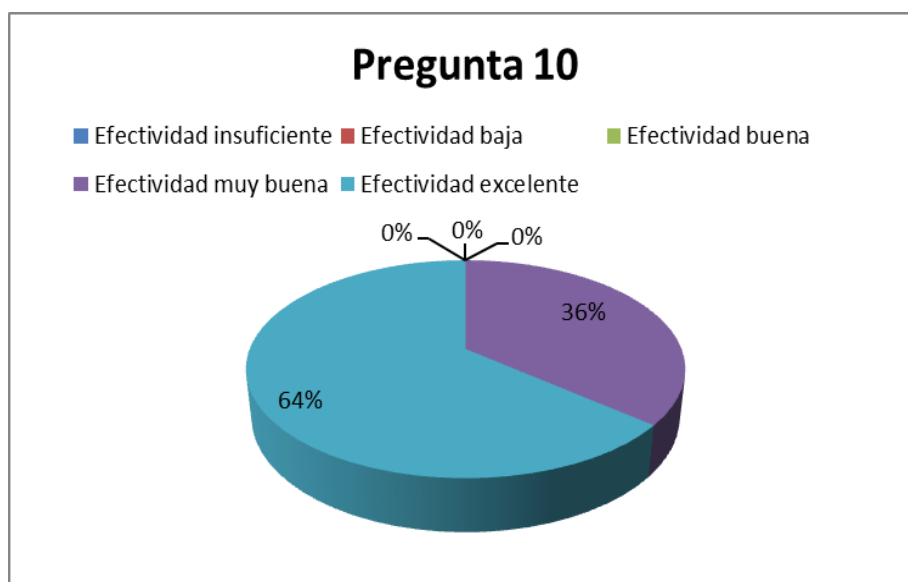
PREGUNTA 10

10. Califique el tipo de experiencia que usted ha tenido con los medicamentos de marca.

Efectividad				
1	2	3	4	5
0	0	0	137	243

Tabla 12
Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez



Gráfica 12
Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez

ANÁLISIS: Como se puede observar en los gráficos, la experiencia con el consumo de medicamentos de marca de acuerdo a la efectividad es muy positivo ya que la población determina que las experiencias ha sido excelente y muy buena.

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

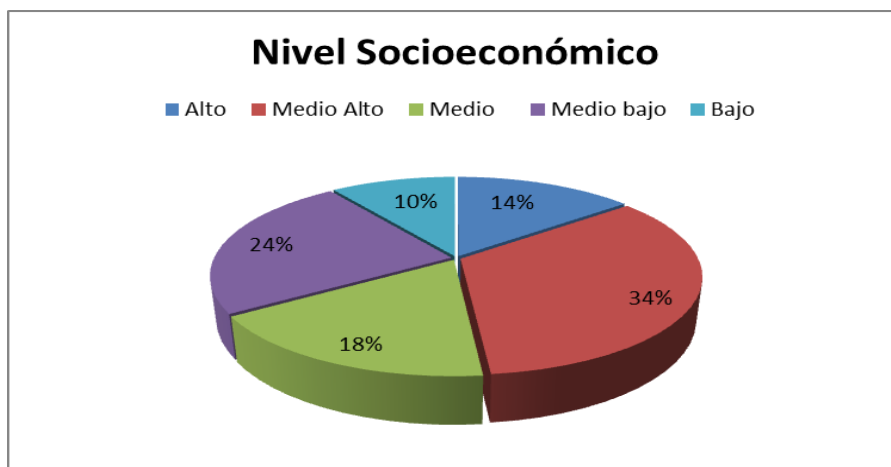
FACTOR SOCIO ECONOMICO DE LA POBLACION DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA

De que estrato social se considera

Alto	53
Medio Alto	136
Medio	65
Medio bajo	89
Bajo	37

Tabla 13 Elaborado: Karina Vásquez

Fuente: Encuesta



Gráfica 13 |
Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez

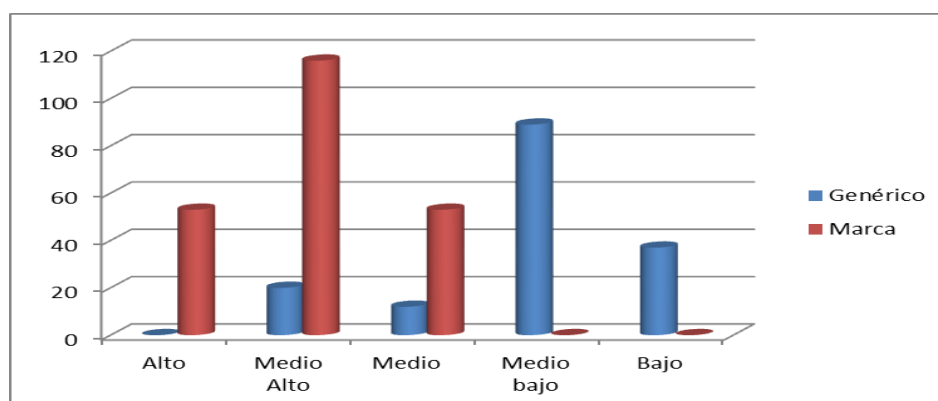
ANALISIS: Los resultados evidencian que la población de San Antonio de Pichincha, está conformada de un 34% de un nivel socio-económico medio alto, un 24% de un nivel medio bajo, un 18% de nivel alto y un 10% de nivel bajo.

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

PREFERENCIA DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS/MARCA SEGÚN NIVEL SOCIO ECONOMICO

	Genérico	Marca
Alto	0	53
Medio Alto	20	116
Medio	12	53
Medio bajo	89	0
Bajo	37	0

Tabla 14 **Elaborado: Karina Vásquez**
Fuente: Encuesta



Gráfica 14
Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez

ANALISIS: Como es evidente la población de una nivel económico medio a alto prefiere consumir medicamentos de marca mientras que los se encuentran en un nivel medio bajo a bajo su preferencia de consumo se ve dirigida a los genéricos.

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

4.02 Conclusiones del análisis estadístico.

A continuación se presenta el análisis para cada pregunta de la encuesta realizada con respecto a los objetivos planteados en el proyecto.

Objetivo general

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.

Preguntas 1-4

- 1 ¿Qué considera usted antes de comprar un medicamento?
- 2 ¿Qué tipo de medicamentos prefiere comprar?
- 3 ¿Por qué no compra medicamentos genéricos?
- 4 ¿Por qué no compra medicamentos marca?

ANALISIS:

En las preguntas planteadas, la población de San Antonio de Pichincha determina que antes de consumir un medicamento estos se fijan que sean bien de marca o genérico, Según se puede observar en el grafico No. 2 de lo cual un 64% de la población prefiere comprar medicamento de marca y un 36% consume medicamentos genéricos, las personas que con-

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

sumen medicamentos de marca indican que ellos no consumen los genéricos por su baja efectividad y su baja calidad.

A diferencia de los que consumen medicamentos genéricos, ellos nos indican que no consumen los de marca debido a que los precios son muy elevados y su economía no saldría beneficiada.

Objetivo: Establecer que diferencia encuentra el consumidor entre los medicamentos genéricos y de marca.

Pregunta 5-6

- 5 ¿En la farmacia que compra sus medicamentos le ofrecen genéricos?
- 6 Qué diferencia encuentra usted entre los medicamentos genéricos y de marca

ANALISIS:

Por lo antes expuesto, se determinó que en un 64% las farmacias que se encuentran ubicadas en el sector de San Antonio de Pichincha no ofrecen medicamentos genéricos y un 36% ofrece medicamento genérico.

Con las encuestas realizadas se deduce que la diferencia que encuentra el consumidor entre los medicamentos genéricos y de marca va el precio de estos y la seguridad que ofrecen cada uno. Es decir los medicamentos de marca presentan un precio más alto que los medicamentos genéricos “esto se debe a que los medicamentos genéricos ya no tienen que desarrollar una nueva molécula y no realizan ensayos clínicos, sino que solo tienen que demostrar su bioequivalencia” Acosta J,(2008) . Lo cual ha permitido bajar el precio más no su calidad.

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

Objetivo: Establecer el proceso de compra de los consumidores de medicamentos genéricos y de marca en el Barrio San Antonio de Pichincha, definiendo cuales son los factores que influyen al momento de la compra.

Preguntas 7-10

- 7 ¿Usted consume medicamentos genéricos por recomendación de quién?
- 8 ¿Usted consume medicamentos marca por recomendación de quién?
- 9 Califique el tipo de experiencia que usted ha tenido con los medicamentos genéricos.
- 10 Califique el tipo de experiencia que usted ha tenido con los medicamentos genéricos.

ANALISIS:

Con respecto a lo indicado, los resultados evidencian que los medicamentos genéricos son consumidos por recomendaciones de un familiar, al contrario de los medicamentos de marca que estos son consumidos por la influencia del dependiente de la farmacia, esto se ve reflejado por el margen de ganancias que produce un medicamento de marca con genérico para una farmacia, ya que este es mayor a diferencia del otro.

Ahora bien el nivel de experiencia entre los medicamentos genéricos y de marca es variable , ya que los encuestados indican que el nivel de efectividad de los medicamentos genéricos de buena, muy buena y excelente, y de los medicamentos de marca es de muy buena a excelente, por lo tanto no hay mucha diferencia a nivel de efectividad.

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

4.03 Respuestas a la hipótesis o interrogantes de Investigación.

¿Será posible identificar los factores que influyen a la toma de decisión de compra de los medicamentos genéricos y de marca en el Barrio San Antonio de Pichincha?

Se puede determinar que los factores que influyen en la toma de decisión de compra son:

Factores Sociales: Mayoritariamente los consumidores de San Antonio de Pichincha, se ven influenciados por un familiar para comprar medicamentos genéricos y por parte del dependiente de la farmacia para la compra de medicamentos de marca.

Factores Psicológicos: La percepción que reciben los consumidores es diferente a cada persona, los consumidores califican la efectividad de un medicamento genérico que va de buena a excelente, mientras que en el caso de los de marca califican que su efectividad es excelente, esto demuestra que los consumidores perciben una misma realidad de forma distinta.

¿El factor económico es el principal factor influyente en la decisión de compra?

En las encuestas realizadas en la población de San Antonio de Pichincha, se evidencia que el factor económico si es un influyente en la decisión de compra ya que los consumidores que se encuentran en un nivel económico bajo y medio bajo buscan minimizar sus gastos ya que sus ingresos no son lo suficientes altos por lo cual su preferencia en medicamentos es de genéricos por su bajo precio. Lo que al contrario de los consumidores que se encuentran en un nivel medio, medio alto y alto al percibir ingresos mayores no tienen inconvenientes en consumir medicamentos de mayor precio lo cual les permite consumir medicamentos de marca.

¿El nivel socio-económico es una variable al momento de consumir medicamentos genéricos?

De acuerdo a las encuestas realizadas en San Antonio de Pichincha el 34% corresponde de una población de un nivel socio económico bajo y medio bajo, lo cual refleja que su preferencia de consumo en medicamentos son genéricos

¿Podrá la falta de conocimiento de la eficacia terapéutica de los medicamentos genéricos provocar un índice bajo en su consumo?

Los resultados evidencian que hay un desconocimiento entre los medicamentos genéricos y de marca en su efectividad, la población de San Antonio califica que la razón por la que consumen medicamentos de marca es por su efectividad y la seguridad que esta brinda al consumidor. Siendo este un indicador el cual nos permite verificar el bajo consumo de medicamentos genéricos.

CAPITULO V

5.01 Antecedentes.

Mediante las encuestas realizadas en el barrio de San Antonio de Pichincha se evidencia que existe una gran preferencia por los medicamentos de marca debido a que existe cierta desconfianza en los medicamentos genéricos sobre su efectividad y seguridad, al igual que el nivel socio-económico de la población predomina un nivel alto y medio alto por lo cual su consumo se ve dirigido a los medicamentos de marca.

El índice bajo de consumo de medicamentos genéricos se ve afectado por el desconocimiento de los consumidores entre los medicamentos genéricos y de marca, al igual que hay que destacar que los usuarios no reciben una información al momento de la compra ya que el dependiente de la farmacia dirige la venta hacia los medicamentos de marca.

Además hay que agregar que mediante el estudio realizado se detectó que existe la auto- medicación por parte de los consumidores ya que su consumo se ve influido por parte de una familiar, un conocido y del dependiente farmacéutico mas no por la orden de un médico especialista.

Considerando que en el Barrio de San Antonio de Pichincha no se ha realizado campañas de información de acerca de los medicamentos genéricos, se ha visto factible realizar puntos de información para dar a conocer sobre los medicamentos genéricos.

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

Brindando una información tal como: ¿Que son los medicamentos genéricos?, ¿Porque son tan baratos a diferencia a los de marca?, ¿Son igual de eficientes que los de marca?, De tal manera se cubrirá cierta inquietud que tienen los consumidores de los medicamentos genéricos.

5.02 Justificación

De acuerdo al estudio realizado es oportuno realizar las campañas de información sobre los medicamentos genéricos y de marca, ya que se podrá brindar información sobre la efectividad de los medicamentos tanto genéricos como de marca, sin tener preferencia con estos, con el fin de eliminar cierta incertidumbre que tienen los consumidores sobre los medicamentos genéricos.

Al realizar las campañas se podrá definir que es un medicamento genérico y de marca, y se explicara cuáles son los motivos por las cuales estos son más económicos.

Logrando que el consumidor elimine cierta desconfianza que tiene sobre su efectividad y no dude en consumir medicamentos genéricos.

5.03 Descripción

El objetivo de estas campañas es eliminar la incertidumbre que crean los consumidores acerca de los medicamentos genéricos con los de marca al igual que concienciar a los consumidores que la auto-medicación es perjudicial para la salud.

- Estableciendo las diferencias entre los medicamentos genéricos y de marca.
- Demostrar que la composición de un medicamento genérico y de marca no varía
- Indicando que el nivel de efectividad entre ambos medicamentos es la misma.
- Explicar los efectos de la auto-medicación.

5.04 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta

Tema a investigar:

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

Propuesta:

Por consiguiente se determinó que la población de San Antonio de Pichincha tiene una preferencia de consumo hacia los medicamentos de marca, por la desconfianza de la efectividad de los medicamentos genéricos, por lo cual es conveniente aclarar cuáles son las diferencias y semejanzas entre ambos.

Con lo antes mencionado la propuesta está dirigido en realizar puntos de información sobre los medicamentos genéricos y de marca, ya que brindando información sobre la efectividad y seguridad de cada uno ya no existiría incertidumbre sobre la efectividad de los genéricos.

Por lo que se ve conveniente aclarar ciertas preguntas como tales:

¿Qué son medicamentos genéricos?

Son medicamentos que tienen el mismo principio activo que los de marca ,en la misma presentación y concentración ,simplemente no tienen una marca sino que solo figura como nombre la sustancia activa y el del laboratorio que lo elabora.

¿Por qué son tan baratos?

Los medicamentos de marca son elaborados por laboratorios que se dedican a investigar y desarrollar nuevas medicinas.

Cuando el laboratorio que desarrolla un nuevo medicamento, introduce este al mercado y cuenta con una patente que lo permite comercializarlo con una exclusividad de 20 años, en este tiempo el laboratorio recupera el dinero invertido en la investigación.

Cuando esta patente vence otros laboratorios pueden elaborar sus propias versiones de los medicamentos de marca y así surgen los medicamentos genéricos, estos laboratorios no invirtieron en investigación por lo cual pueden vender a un menor precio.

¿Los medicamentos genéricos tardan más tiempo en producir efectos?

No, estos producen los mismos efectos en el mismo periodo de tiempo que el medicamento de marca, los medicamentos genéricos antes de salir a su comercialización deben demostrar su bioequivalencia terapéutica.

En nuestro país contamos con la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), el cual controla la calidad sanitaria de los productos que usamos y consumimos, cuya misión tiene “Contribuir a la protección de la salud de la población, a través de la gestión del riesgo de los productos de uso y consumo humano, así como de los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario, facilitando a la vez el desarrollo del sector productivo nacional, entregando una atención ágil y expedita a los usuarios individuales e institucionales”.

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

Así también como al Instituto Nacional de Investigación en Salud Pública (INSPI), cuya misión es “Generar, transferir y difundir conocimientos científicos y tecnológicos en salud mediante la ejecución de investigaciones, desarrollo e innovación tecnológica, y la gestión de laboratorios de referencia nacional que proveen servicios especializados en salud pública; con la finalidad de obtener evidencias que contribuyan al fortalecimiento de políticas públicas en salud.

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

CAPITULO VI

6.01 Recursos

Recursos Humanos

Tutor
Autor
Docentes
Dependientes Farmacéuticos
Población de San Antonio de Pichincha.

Recursos materiales.

Hojas Papel bond
Esferos
Tinta de impresora
Grapadora

Recursos Tecnológicos.

Impresora
Computadora
Internet.

Recursos Financieros.

La presente investigación está financiada por la autora del proyecto.

Gastos extras.

Empastado tesis, CD tesis, Anillados

ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

6.02 Presupuesto

Tabla 4. Presupuestos

MATERIALES Y FINANCIEROS	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Resmas papel bond	2	4.5	9
Esferos	5	0.4	2
Tinta de Impresora	2	8	16
Grapadora	1	2.5	2.5
Caja de grapas	1	0.45	0.45
Internet			30
Empastado	1	15	15
Anillados	2	4.3	8.6
Cd tesis	1	3	3
Tesis	1	780.15	780.15

TOTAL		866.7
-------	--	-------

Autor: Karina Vásquez
Fuente: Encuesta

Elaborado: Karina Vásquez

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

6.03 Cronograma

Tabla 5. Diagrama de Gantt.

	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				abril			
ACTIVIDADES	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	4
CAP.1																												
Plantamiento Problema																												
Formulación del Problema																												
Objetivos General																												
Objetivos Específicos																												
CAP.2																												
Antecedentes de estudio																												
Fundamentación teórica																												
Fundamentación conceptual																												
Fundamentación legal																												
CAP.3																												
Diseño de la investigación																												
Población y Muestra																												
Operacionalización de Variables																												
Instrumentos de Investigación																												
CAP.4																												
Procesamiento y análisis de cuadros estadísticos																												
Conclusiones del análisis estadístico																												
Respuestas a la hipótesis o interrogantes de Investigación																												
CAP.5																												
Antecedentes																												
Justificación																												
Descripción																												
Formulación del proceso de aplicación de la propuesta																												
CAP.6																												
Recursos																												
Presupuesto																												
Cronograma																												
CAP.7																												
Conclusiones																												
Recomendaciones																												

Autor: Karina Vásquez

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

CAPITULO VII

7.01 Conclusiones

Para concluir la el proyecto de investigación que se llevó a cabo en la parroquia San Antonio de Pichincha, se pudo deducir que la preferencia de medicamentos genéricos y de marca se ve influido por las siguientes variables:

El factor cultural, Psicológico, económicos y conductuales.

En la Población de San Antonio de Pichincha se determina que un 64% prefiere consumir medicamentos de marca esto se ve influido a que el nivel socio económico de la población es de un nivel alto y medio alto así que en gustos y preferencias están dirigidos a consumir los de marca, mientras que el nivel bajo y medio bajo prefiere consumir medicamentos genéricos lo cual corresponde un 36%.

El factor psicológico influye en la toma de decisión de compra en el caso de los genéricos, el 53% de los consumidores califican que su nivel de efectividad es baja, (Gráfico No.9) por lo cual su preferencia de consumo se ve hacia los de marca calificándolo con un nivel de efectividad excelente

Por otro lado el 56% de la población se ven influenciadas a comprar los medicamentos tanto genéricos y de marca por recomendación de un familiar, del vendedor de la farmacia, lo cual lleva a la automedicación por los consumidores lo que es perjudicial para su salud.

ANEXOS



MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

LISTA DE EMPRESAS QUE DISPONEN DEL CERTIFICADO SANITARIO DE PROVISIÓN DE MEDICAMENTOS

PERIODO 2014 - 2016

o	RAZÓN SOCIAL	CIUDAD	Nº CERTIFI- CADO
	CORPORACION GENPHARMA S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-032-2012
	ALCONLAB	QUITO	CSPM-033-2012
	LABORATORIOS PORTUGAL S.A. PORTULABSA.	GUAYAQUIL	CSPM-034-2012
	BETAPHARMA S.A.	QUITO	CSPM-035-2012
	CABELINI S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-037-2012
	BAXTER ECUADOR S.A.	QUITO	CSPM-038-2012
	ITALCHEM ECUADOR S.A	GUAYAQUIL	CSPM-039-2012
	DISVAL	QUITO	CSPM-041-2012
	LABORATORIOS G.M. SUCESORES DEL DR. JULIO GONZALEZ MOSQUERA	GUAYAQUIL	CSPM-042-2012
0	MODESTO CASAJOANA CIA. LTDA.	CUENCA	CSPM-043-2012

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

1	FADAPHARMA DEL ECUADOR S.A.	QUITO	CSPM-044-2012
2	REDCENMED S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-045-2012
3	DIKRON M & A	MACHALA	CSPM-046-2012
4	LETERAGO DEL ECUADOR S.A	QUITO	CSPM-047-2012
5	SUMINISTROS Y DISTRIBUCIONES IVAN QUINTANILLA CIA. LTDA.	CUENCA	CSPM-048-2012
6	INTERPHARM DEL ECUADOR S.A.	QUITO	CSPM-049-2012
7	CIDIMER S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-050-2012
8	RRP GOLDEN INTEGRA IMPORTA- DORA S.A.	QUITO	CSPM-051-2012
9	ALVARO SOLARTE HECTOR EDI- SON PHARMA - 1	GUAYAQUIL	CSPM-052-2012
0	LIMERICKPHARMA CIA. LTDA.	QUITO	CSPM-053-2012
1	LABORATORIOS GENERICOS FARMACUTICOS ECUATORIANOS S.A. GEN- FAR	GUAYAQUIL	CSPM-054-2012
2	SIONPHARM CIA. LTDA.	QUITO	CSPM-055-2012
3	HOSPIMEDIKKA CIA.LTDA	QUITO	CSPM-056-2012
4	COMERCIOSA S.A	GUAYAQUIL	CSPM-057-2012
5	BUSINESSPHARM S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-058-2012
6	DARIMCORP S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-059-2012
7	BERKANAFARMA S.A.	QUITO	CSPM-060-2012
8	MERCATTI S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-061-2012

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

9	CORPORACIÓN BARMEZÚ S.A.	QUITO	CSPM-062-2012
0	TEVA S.A	GUAYAQUIL	CSPM-063-2011
1	IDMES	QUITO	CSPM-064-2012
2	VIFARMA	QUITO	CSPM-065-2012
3	DISTRIBUIDORA SANDOVAL	QUITO	CSPM-066-2012
4	MASTERCORP	QUITO	CSPM-067-2012
5	PRODUCTOS ECUATORIANOS FARMACEUTICOS S.A. (PRODE-FARM)	GUAYAQUIL	CSPM-068-2012
6	CMC MEDICAMENTOS	GUAYAQUIL	CSPM-069-2012
7	GRUPOFARMA DEL ECUADOR S.A.	QUITO	CSPM-070-2012
8	UNIQUE STAR PHARM U.S, PHARM S.A.	QUITO	CSPM-071-2012
9	IMDIPROM FARMA S.A.	QUITO	CSPM-072-2012
0	FARMAREPRESENTACIONES	PORTOVIE- JO	CSPM-073-2012
1	RESTREPO COMERCIAL INTER- ANDINA CIA. LTDA.	QUITO	CSPM-074-2012
2	DISMED	QUITO	CSPM-075-2012
3	DISTRIBUIDORA DE INSUMOS Y MEDICINAS JUAN BERRONES CIA. LTDA.	QUITO	CSPM-076-2012
4	ADISA	QUITO	CSPM-077-2012
5	LABORATORIO GENÉRICOS NA- CIONALES GENA S.A.	QUITO	CSPM-078-2012
6	DISTRIBUIDORA FARMACÉUTICA VACUNAS VACUNAMED S.A.	QUITO	CSPM-079-2012
7	BOTICAS UNIDAS DEL ECUADOR C.A.	GUAYAQUIL	CSPM-080-2012

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

8	MARMOLMEDIC CIA. LTDA.	QUITO	CSPM-081-2012
9	PROVIMEDIC S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-082-2012
0	SUMELAB CIA. LTDA.	QUITO	CSPM-083-2012
1	SERES LABORATORIO FARMA- CÉUTICO S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-084-2012
2	DASTRIFARM-ASOFARMADIS CIA. LTDA.	QUITO	CSPM-085-2012
3	FARMAENLACE CIA, LTDA.	QUITO	CSPM-001-2013
4	MEGATECNIC	QUITO	CSPM-002-2013
5	PSICOFARMA DEL ECUADOR PSICODELCU	GUAYAQUIL	CSPM-004-2013
6	GUTIS FARMACEUTICA	QUITO	CSPM-005-2013
7	BASELPHARMA S.A.	QUITO	CSPM-006-2013
8	MORENO CORDOVA GIOVANNY MANUEL	GUAYAQUIL	CSPM-007-2013
9	GERMEDIC S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-008-2013
0	GENDDEL	QUITO	CSPM-009-2013
1	LABORATORIOS CARLON LAB- CARLON S.A.	QUITO	CSPM-010-2013
2	ACROMAX LABORATORIO QUIMI- CO FARMACEUTICO S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-011-2013
3	SEBICAR S.A.A	GUAYAQUIL	CSPM-012-2013
4	ONCOBIOLÓGICO CIA. LTDA.	CUENCA	CSPM-013-2013
5	WESTERN PHARMACEUTICAL S.A.	QUITO	CSPM-014-2013
6	GOLDEN FARMACÉUTICA GOLDFARMA S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-015-2013

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

7	KRONOS LABORATORIOS CIA. LTDA.	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 001-2013
8	DIEMPEC CIA. LTDA. DISTRIBUI- DORA FARMACÉUTICA	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 002-2013
9	LABORATORIO NEOFARMACO DEL ECUADOR CIA.LTDA	AMBATO	CSPM-ARCSA- 003-2013
0	B BRAUN MEDICAL S.A	QUITO	CSPM-ARCSA- 004-2013
1	IMPORTADORA FERBOVASA CIA LTDA	QUITO	CSPM-ARCSA- 005-2013
2	TEVA S.A	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 006-2013
3	PHARMATOTAL S.A	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 007-2013
4	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR	QUITO	CSPM-ARCSA- 008-2013
5	DISTRIBUIDORA MAGUEV	-	CSPM-ARCSA- 009-2013
6	GALIAFARM S.A	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 010-2013
7	QUIMICA ARISTON ECUADOR CIA LTDA	QUITO	CSPM-ARCSA- 011-2013
8	PHARMANDINA	QUITO	CSPM-ARCSA- 012-2013
9	CEDIMED CIA LTDA	QUITO	CSPM-ARCSA- 013-2013
0	ABBOTT LABORATORIOS DEL ECUADOR	QUITO	CSPM-ARCSA- 014-2013
1	PFIZER CIA.LTDA	QUITO	CSPM-ARCSA- 015-2013
2	SERES LABORATORIO FARMA- CÈUTICO S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 016-2013
3	CORPORACION MAGMA ECUA- DOR	QUITO	CSPM-ARCSA- 017-2013
4	GENETIA PHARMACTIVE S.A.	QUITO	CSPM-ARCSA- 018-2013
5	GINSBERG ECUADOR S.A.	QUITO	CSPM-ARCSA- 019-2013

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

6	PROPHAR S.A	QUITO	CSPM-ARCSA- 020-2013
7	COSGAR S.A	QUITO	CSPM-ARCSA- 021-2013
8	MERCK SHARP&DOHME I.A CORP ECUADOR	QUITO	CSPM-ARCSA- 022-2013
9	ABL PHARMA ECUADOR S.A	QUITO	CSPM-ARCSA- 023-2013
0	PHARMABRAND S.A.	QUITO	CSPM-ARCSA- 024-2013
1	LABORATORIO DIBA S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 025-2013
2	FARMAYALA PHARMACEUTICAL COMPANY S.A	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 026-2013
3	INDEUREC S.A	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 027-2013
4	BIOGENET	QUITO	CSPM-ARCSA- 028-2013
5	DANIVET	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 029-2013
6	SCHERING PLOUGH	QUITO	CSPM-ARCSA- 030-2013
7	ESKEGROUP S.A	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 031-2013
8	OXIALFARM CIA. LTDA.	-	CSPM-ARCSA- 032-2013
9	LABOVIDA	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 033-2013
00	QUIFATEX S.A	QUITO	CSPM-ARCSA- 034-2013
01	MERCK C.A	QUITO	CSPM-ARCSA- 035-2013
02	UNIPHARM DEL ECUADOR S.A	QUITO	CSPM-ARCSA- 036-2013
03	DISTRIBUIDORA DOMEL	-	CSPM-ARCSA- 037-2013
04	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA. LTDA.	QUITO	CSPM-ARCSA- 038-2013

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

05	PROFARMEC CIA LTDA	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA-039-2013
06	S.A. RODDOME PHARMACEUTICAL	QUITO	CSPM-ARCSA-040-2013
07	ACDA PHARMA	QUITO	CSPM-ARCSA-041-2013
08	S.A. GLAXOSMITHKLINE ECUADOR	QUITO	CSPM-ARCSA-042-2013
09	ALEXXIAPHARMA S.A.	QUITO	CSPM-ARCSA-043-2013
10	TOFIS	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA-044-2013
11	KURADES S.A.	QUITO	CSPM-ARCSA-045-2013
12	SANOFI AVENTIS DEL ECUADOR	QUITO	CSPM-ARCSA-046-2013
13	FARMALIGHT S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA-047-2013
14	BAXLEY GROUP	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA-048-2013
15	LABVITALIS S.A.	QUITO	CSPM-ARCSA-049-2013
16	JOSE VERDEZOTO CIA LTDA	CUENCA	CSPM-ARCSA-050-2013
17	LABORATORIOS H.G. C.A.	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA-051-2013
18	INDUSTRIAS REUNIDAS CIA. LTDA. "INDUNIDAS"	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA-052-2013
19	DISTRIBUIDORA 5054 DAVID SOSA ZORNOZA	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA-053-2013
20	GILBERT GLOBAL BUSINESS S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA-054-2013
21	ECONFAST S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA-055-2013
22	S.A. ETICAL LABORATORIOS ETICAL	QUITO	CSPM-ARCSA-001-2014

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

23	GENAMERICA S.A.	QUITO	CSPM-ARCSA- 002-2014
24	CORPORACIÓN FARMACÉUTICA MEDISUMI S.A.	DURAN	CSPM-ARCSA- 003-2014
25	DIBA S.A. LABOARTORIOS FAR- MACÉUTICOS	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 004-2013
26	DIS MARNA S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 005-2013
27	L.I.F.E. C.A.	QUITO	CSPM-ARCSA- 006-2014
28	GLOBALRENT S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 007-2014
29	JRC PHARMA S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 008-2014
30	PHARMEDIC S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 009-2014
31	NOVARTIS ECUADOR S.A.	QUITO	CSPM-ARCSA- 010-2014
32	DISTRIBUIDORA BIONCOMEDICA CIA. LTDA.	CUENCA	CSPM-ARCSA- 011-2014
33	MEDICAMENTA ECUATORIANA S.A.	QUITO	CSPM-ARCSA- 013-2014
34	REPRESENTACIONES MOLINA HERRERA M.H. CIA. LTDA.	QUITO	CSPM-ARCSA- 014-2014
35	MEDICARE S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 015-2014
36	CORFAMEP S.A.	GUARANDA	CSPM-ARCSA- 016-2014
37	MEDICANTES S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 017-2014
38	FAXARE S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 018-2014
39	DIMERA S.A.	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 019-2014
40	FARMACID S.A.	QUITO	CSPM-ARCSA- 020-2014

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

41	PROVENCO CIA. LTDA.	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 021-2014
42	LABORATORIO BIOINDUSTRIA S.A. LABIOSA	GUAYAQUIL	CSPM-ARCSA- 022-2014

ACTUALIZADA AL 17-03-2014

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.

Referencias.

- Zumba L,(2012),*Genéricos captan el 12% del mercado farmacéutico* ,Expreso.ec, recuperado de: http://expreso.ec/actualidad/genericos-captan-el-12-del-mercado-farmaceut-GBGR_3563278
- Saludalia(s.f),*Medicamentos genericos*,Saludalia Social,recuperado en: <http://www.saludalia.com/salud-familiar/medicamentos-genericos>
- Sophie(2011),*¿Medicamentos de marca o medicamentos genéricos? aclarando conceptos*,Naukas,recuperado en: <http://naukas.com/2011/04/21/medicamentos-de-marca-versus-medicamentos-genericos-aclarando-conceptos/>
- El Tiempo,(2014), *Medicamentos genéricos siguen con resistencia* , recuperado en:<http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/145949-medicamentos-genericos-siguen-con-resistencia/>
- Tutor tu Empresa,(2014),*Los factores que influyen en la decisión de compra del consumidor*, recuperado:<http://tutorempresa.com/los-factores-que-influyen-en-la-decision-de-compra-del-consumidor/>
- Wigodski J,(2010), *Metodología de la Investigación*,Recuperado en:<http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>
- Jerry A & Mc Clarion, (2013), *Mecanismo de regulación de medicamentos en el Ecuador*, recuperado: <http://www.scpm.gob.ec/wpcontent/uploads/2013/05/Presentaci%C3%B3n-JerryAnn-McClarnon-Consejo-Nacional-de-Regulaci%C3%B3n-de-Precios.pdf>
- Ayala M, (2014),*El Mercado Farmacéutico en el Ecuador: Diagnostico y Perspectiva*, recuperado en: <http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/articulos/ElMercadoFarmaceuticoenelEcuadorDiagnosticoyPerspectiva.pdf>

- Rivas J,(2012),*Variables dependiente e independiente*, recuperado en:
<http://elaboratumonografiapasoapaso.com/blog/variable-dependiente-e-independiente>.
- Ministerio de Industria y Proactividad, recuperado
en:<http://www.industrias.gob.ec/bp-098-bp-el-ministerio-de-industrias-analiza-la-capacidad-productiva-de-los-medicamentos-genericos-en-visitas-a-plantas-farmaceuticas>



ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MEDICAMENTOS
GENERICOS Y DE MARCA PARA DETERMINAR LAS PREFERENCIAS DEL
CONSUMIDOS EN EL BARRIO SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DMQ 2015-2016.