



...transformando el diálogo por la razón

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

Titulo del proyecto: *Mixtura de marketing en medicamentos genéricos
y similares en el Distrito Federal.*

Alumno Responsable del Proyecto:

Roberto Vazquez Galicia

Director del Proyecto:

Dr. Raúl Cornejo

21 de julio de 2004

1. INTRODUCCIÓN.	1
1.1 JUSTIFICACIÓN	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	2
2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	6
2.1 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.	6
2.2 OBJETIVO	6
2.3 HIPÓTESIS.	7
3. MARCO TEÓRICO	8
3.1 MERCADOTECNIA	8
3.2 MEZCLA DE MERCADOTECNIA	10
3.3 MEDICAMENTOS	15
3.3.1 MEDICAMENTO DE PATENTE	16
3.3.2. MEDICAMENTO GENÉRICO	22
3.3.3 MEDICAMENTOS SIMILARES	27
4. METODOLOGÍA	29
4.1 SELECCIÓN DE LA MUESTRA	29
4.2 GRAFICA DE GANTT	33
5. DISEÑO DE LA MUESTRA	34
5.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	35
5.3 RESULTADOS	75
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	104
6.1 CONCLUSIONES	104
6.2 CONCLUSIONES POR HIPÓTESIS.	109
6.3 RECOMENDACIONES	111
BIBLIOGRAFÍA	112
HEMEROGRÁFICA	112
INTERNETGRÁFICA	113
ANEXO	115

1. INTRODUCCIÓN.

1.1 Justificación

El objetivo de esta investigación pretende analizar aquellos elementos que intervienen para que el público consumidor, adquiera para su utilización y/o consumo los productos necesarios para recobrar su salud, pues para su logro dichos elementos cuentan con una diversidad de cualidades pero las que consideramos más importante son: el precio, oportunidad, accesibilidad y calidad de los medicamentos genéricos y similares, esto con la finalidad, de que ante la actual situación por la que esta atravesando el sector publico, en razón a la salud por parte de las instituciones gubernamentales, no se esta cubriendo actualmente de manera oportuna, por la escasez de recursos para mantener un nivel de desempeño optimo, el consumidor conozca que las alternativas con las que cuenta, reúnen las cualidades anteriormente mencionadas para la satisfacción de las necesidades que tienen, sin tener el temor de que no son productos aptos para su utilización , esto enfocado, más a las clases desprotegidas, que no cuentan con los atributos necesarios para mejorar su calidad de vida.

1.2 Planteamiento del problema.

La salud es uno de los elementos básicos para el buen desarrollo y desempeño del ser humano y que tiene mucho que ver en la creación del PIB de una nación en este caso la de México; por ello la necesidad de contar con acceso a la seguridad social, de servicios médicos; hospitalización, atención médica y en especial a medicamentos, que son los que logran que nuestra calidad de vida (salud) sea mejor.

Hoy, ante la difícil situación económica que enfrenta el país y que ha dejado a numerosas familias sin empleo; con ello se puede observar que mucha gente queda sin acceso al servicio médico de las instituciones de seguridad social del Estado. De acuerdo a este tipo de sucesos, observamos la opinión de Ricardo García Sainz, ex director del IMSS, y Francisco Hernández Juárez; líder de la Unión Nacional de Trabajadores (UNT) dice: “que la ineficiencia, la inequidad, la creciente demanda y la crisis financiera, problemas comunes en los hospitales del ISSSTE, del IMSS y de la Secretaría de Salud, tiene como punto de partida una política de desmantelamiento de la medicina social que no es nueva, pues desde 1995 a raíz de la crisis económica, México no se ha recuperado sus rangos de inversión en salud, los cuales son medidos con relación al PIB destinado a dicho sector. A partir de dicha crisis, esto significó una disminución de al menos el 30 % del PIB, por lo tanto hoy en día se invierte mucho menos en salud de lo que se hacía antes en la década de los noventa”.¹

Por otra parte, el profesor Daniel Ávila Chávez de la sección XVIII del SNTE, menciona que: “la crisis financiera del ISSSTE y del IMSS tienen el mismo origen, es decir, es producto de la constante caída salarial, de la reducción de la plantilla de personal en retiro y de la sostenida reducción del gasto social, además del impacto de la inflación en los costos de los insumos como en materiales de construcción, medicamentos, material de curación y equipo médico”.² Por un lado tenemos que en el segundo informe financiero y de

¹ Joaquín Molina Leza, representante en México de la Organización Panamericana de Salud, *El Financiero*, Sociedad, pág. 64 (lunes 14 de julio de 2003).

² Nora Sandoval; *Mega fusión de los sistemas, la alternativa, afirman*. *El universal*, Nación, página 14. (martes 29 de enero de 2002)

riesgos del IMSS del 2003, se estima que las perspectivas a corto y mediano plazo son desfavorables, incluso se alerta que en una década el instituto será inoperable, porque no tendrá recursos para gastos de operación: medicinas, equipo, guarderías, mantenimiento y otros³. A pesar de los esfuerzos de la Dirección General del IMSS, como parte del informe de este año, se menciona que una de las medidas tomadas por esta institución para solucionar este problema es el incremento del presupuesto en medicamentos en un 14.8 %, que equivale a mil 600 millones de pesos adicionales respecto al 2002, pero aún así, en el mes de mayo, se estipula que 31 delegaciones tienen un grado de atención de recetas superior a 90 %, mientras que cinco tienen el rango de entre el 80 y 90 %, y solamente una cuenta con tan sólo el 79 % de atención, que a veces pareciera que no es así, pues usuarios de este servicio todavía se quejan por no encontrar los medicamentos y/o material necesario para ser atendidos.

Mientras que en el ISSSTE se mantiene un grado de abasto del 85 % a nivel nacional y para aumentar el número de recetas atendidas, hizo pública una estrategia que permitirá garantizar el abasto suficiente y oportuno de medicamentos e insumos para la salud en el segundo semestre y en los primeros meses del 2004. Esto lo logrará, gracias a gestionar ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (S.H.C.P.) para la autorización de utilizar recursos provenientes de ingresos excedentes obtenidos por el Instituto, del cual el monto asciende a 230 millones 166 mil pesos para ser empleados en la compra de medicinas y material de curación, pero hay que preguntarse, esto realmente ayudara a aumentar el grado de atención de recetas para el beneficio de las personas que acuden al ISSSTE y que cuentan con esta prestación. Y mientras cada una de estas instituciones realizan las estrategias mencionadas anteriormente para tratar de solucionar el problema de desabasto de medicamento y material de curación, que se supone que deban hacer los usuarios para lograr satisfacer la necesidad de consumir medicamentos y utilizar material de curación.

³ Rodríguez, Ruth. Dan de vida 10 años al IMSS. El universal: primera sección, pagina 1, (miércoles 02 de julio de 2003.)

Además que conjuntamente con el esquema de economía neoliberal, que somete al sistema económico nacional a una economía de mercado, en donde los aspectos de eficiencia y costo-beneficio se anteponen al del bienestar social, es en este sentido que la otra opción de seguridad social es privado y que agudizan aún mas el problema de accesibilidad, utilizando la tecnología de diagnóstico y terapéutico como negocio, primero los que fabrican la tecnología y segundo por las instituciones que las adquieren. Así lo que se ha hecho con el sector de seguridad social es encarecerla.

De tal modo la industria farmacéutica establecida en México participa con el 0.6% en el PIB nacional, y del 3% del PIB del sector manufacturero, además genera 45 mil empleos directos y un número significativamente mayor de empleos indirectos. En el país, el mercado privado corresponde a un 80% a las empresas que realizan la investigación y que están agrupadas en la Asociación Mexicana de Industrias de Investigadores Farmacéuticos (AMIIF) el 20% restante corresponde a la industria nacional, agrupadas en la Asociación Nacional de Fabricantes de Medicamentos (ANAFAM).⁴ La obtención de muchos fármacos o principios activos en los medicamentos se encuentra sujeta a la solicitud de una patente. Como consecuencia en los últimos años la industria farmacéutica ha venido incrementando el precio público de los medicamentos de patente o de marca, alrededor de un 200% desde más o menos 1994, generada por la poca participación y competitividad de la industria farmacéutica nacional y por otro lado la conformación oligopolica del mercado en fármacos. No obstante, también existen una gran cantidad de patentes⁵ que han vencido y, por lo tanto, se han vuelto del dominio público para dar lugar, precisamente, a los medicamentos genéricos. A su vez la industria provoca polémica y ambigüedad de las ofertas de fármacos disponibles en el mercado, de acuerdo a calidades y efectividad de los medicamentos genéricos intercambiables y similares, concibiendo inseguridad y desconfianza, sumándose la mala o poca información de las instituciones privadas y gubernamentales. En este sentido, el problema que se enfrenta en nuestros días el mercado

⁴ Reforma. Cumple labor. Reforma : REFORMA/REDACCIÓN; [15 de diciembre 2000]; disponible en <<http://www.busquedas.gurporeforma.com/reforma/query.asp>>; o también en <<http://www.reforma.com.mx/busquedas>>

⁵ Características de una patente: **Responsabilidad, Calidad, Biodisponibilidad, Eficacia, Seguridad, Experiencia, Farmacovigilancia**

tiene que ver precisamente con la dificultad para diferenciar entre similares y genéricos intercambiables, y por lo tanto que tan confiables pueden ser.

Pero la posibilidad de fabricar productos genéricos o sin marca no sería rentable si desde el punto de vista legal no se hubieran modificado la distribución y venta de medicamentos en México. En mayo de 1997 se publicó en el Diario Oficial de la Federación una promoción explícita para impulsar el uso y receta de medicamentos genéricos en el sector privado. Así con la participación de la CANIFARMA, la Secretaría de Salud público en julio de 1998 la norma 059 que hace referencia a *las buenas prácticas de fabricación para establecimientos de la industria químico-farmacéutica dedicados a la fabricación de medicamentos*, la cual fue aplicable al sector a partir del 30 de enero de 1999.⁶ Y con la modificación a la Ley de Propiedad Industrial; reformas al artículo 77, se estableció que *las medicinas de patente sólo podrán ser de utilidad pública cuando se trate de enfermedades graves, declaradas de atención prioritaria, por causas de emergencia o seguridad nacional*. Con ello el dictamen permite ampliar el acceso a la explotación de invenciones de productos y procesos químicos más novedosos, útiles y eficaces para la atención de enfermedades graves.⁷ Pero será hasta que ocurra un suceso como el que se describe, para que la gente pueda adquirir los medicamentos que necesite, sin que tenga que pagar mucho por ellos

Así que la crisis financiera de las instituciones de gobierno, el desabasto en medicinas, el desempleo, el problema de accesibilidad a medicamentos y servicios médicos privados, la publicidad negativa y las reformas a las leyes de salud, permitieron la generación de medicamentos genéricos como alternativa para la sociedad. Pero ¿Que tan aceptados son? ¿Existe un mercado para éstos medicamentos? ¿Para que tipo de gente o estrato social están dirigidos?, y sobre todo ¿serán confiables? de acuerdo a esto, nuestra investigación será destinada a aquellas personas que no tienen la confiabilidad y el conocimiento suficiente respecto a calidad y seguridad de lo genéricos y similares.

⁶ Carrillo, Laura y Herrera Germán; Farmacéutica Mexicana; otro año de prueba. Manufactura Web [8/1/4999]. Fecha de consulta (11 de Julio de 2003). Disponible en <http://www.manufacturaweb.com/2nivel.asp?clave_id=50_06

⁷ Teherán, Jorge. Modifican la ley de propiedad industrial. El Universal, nación, página 20. fecha (martes 29 de abril de 2003).

2. Diseño de investigación

2.1 Preguntas de investigación.

1. ¿Cómo es la preferencia de la gente por los medicamentos de patente, los genéricos y los similares?
2. ¿Qué percepción tienen de los productos similares y genéricos los consumidores del Distrito Federal?
3. ¿La gente del Distrito Federal sabe que son los medicamentos de patente, los genéricos y los similares?
4. ¿Los consumidores del Distrito Federal consideran que los medicamentos genéricos y similares tienen la misma calidad que los medicamentos patentados?
5. ¿Los medicamentos genéricos y similares son accesibles para toda la gente del Distrito Federal?
6. ¿Cuál es la razón de que los medicamentos de patente sean mucho más caros que los genéricos e intercambiables similares?

2.2 Objetivo

- Conocer la situación actual de los consumidores del Distrito Federal, frente a los medicamentos genéricos intercambiables y similares en cuanto a precio, oportunidad, calidad y accesibilidad.

Objetivos específicos.

- ∅ Determinar si la calidad es un factor que influya en la aceptación de un medicamento frente al consumidor del D.F..
- ∅ Conocer si el precio es un factor que influya en el consumidor del D.F. para la adquisición de un determinado tipo de medicamento.

Ø Conocer si la oportunidad de adquirir un medicamento es el mismo para el consumidor del D.F. en los medicamentos de patente.

Ø Observar si la accesibilidad es la misma para los medicamentos de patente, genéricos y similares, en los consumidores del D.F..

2.3 Hipótesis.

Con la información existente en la sociedad sobre los medicamentos, la población del D.F. no sabe distinguir entre medicamentos genéricos y similares.

Los consumidores de medicamentos del D.F., no saben que los medicamentos similares y genéricos son de la misma calidad que los medicamentos de patente.

Los consumidores de medicamentos del D.F. no saben por qué los medicamentos de patente son más caros que los genéricos y similares

La accesibilidad a medicamentos de calidad, para los consumidores del D.F. no es la adecuada.

La oportunidad de adquirir un medicamento de calidad en el D.F., no es posible, por la falta de información.

3. MARCO TEÓRICO

3.1 Mercadotecnia

En el presente marco teórico describiremos los principales conceptos y elementos que integran a la mezcla de mercadotecnia que son el Producto, Precio, Plaza y Promoción. Posteriormente trataremos los conceptos generales de lo que es un medicamento de acuerdo con la secretaria de salud en su legislación o marco jurídico actual, para definir que es un medicamento similar, medicamento genérico, y medicamento de patente; con el propósito de conocer y similitudes y diferencias que caracterizan a cada uno de ellos.

Actualmente hablar de un entorno o un contexto de competencia económica global donde las organizaciones se esfuerzan por desarrollar mecanismos que les permitan mantener una posición competitiva en el mercado con ventaja relativa las organizaciones necesitan de herramientas que les permitan aumentar el conocimiento que tienen del mercado y en especial del cliente y/o consumidor; de igual manera que les permita determinar los factores para obtener una competencia eficaz, en este sentido, los esfuerzos organizacionales deben de estar orientados al mercado y dirigido al cliente donde es el punto vital para la subsistencia empresarial y organizacional.

En los últimos años dentro de nuestro sistema de economía de mercado ha aumentado el significado de la importancia de la mercadotecnia dado que en nuestra estructura económica y social existe un aumento en la competencia extranjera, mercados de lento crecimiento y clientes aun más exigentes y complejos. Así la mercadotecnia proporciona los elementos y objetivos necesarios para establecer estrategias adecuadas de posicionarse en el mercado, aunado ha esto las presiones de costo y de precios crean motivos para dirigir a una organización en busca de rentabilidad, no sólo en el volumen de ventas, si no también en los segmentos de mercado como medidas clave de estrategia comercial.

Todos los seres humanos entran en contacto diario con algún aspecto de la mercadotecnia –publicidad, ventas, promoción, comercialización, distribución. Pero ninguna de estas actividades es, por sí solas, la mercadotecnia. Sólo cuando todos esos elementos se combinan; junto con otros tales como investigación, desarrollo de producto y fijación de precios- se ligará a lo que puede llamarse mercadotecnia⁸.

“La mercadotecnia es aquella actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos mediante procesos de intercambio”⁹.

Por ello el objetivo de la mercadotecnia es la satisfacción de toda necesidad por medio de productos y servicios que intrínsecamente contienen valor. Y este valor los hace diferente de los demás. Así de acuerdo a John O’Shaughnessy “el objetivo de la mercadotecnia es:

- a. Guiar la empresa hacia la creación exclusiva de aquellos productos ante los cuales al cliente pueda sentirse atraído.
- b. Posicionar estos productos en un determinado mercado mediante la promoción, el servicio, los precios y la distribución correctos desde el punto de vista del cliente, y
- c. Seguir haciéndolo conjuntamente con la obtención de beneficios”¹⁰.

Por otro lado Kotler menciona que “un experto en mercadotecnia es alguien perito en saber como analizar y mejorar la aptitud de una organización para sobrevivir y crecer en un ambiente complejo y cambiante de mercados y públicos. Esto significa que los encargados de mercadotecnia deben poseer un juego de conceptos e instrumentos que les

⁸ Charles Shewe D.; *Mercadotecnia Conceptos y Aplicaciones*: Ed. McGraw-Hill/Interamericana de México, S.A. de C.V. 1991 (Capítulo 1 “Mercadotecnia y Sociedad”; *Naturaleza de la Mercadotecnia*) pág. 6

⁹ Kotler, Phillip; *Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación y control*. Ed. Diana (1985); pág.

¹⁰ John O’Shaughnessy: “*Competitive Marketing*” *A strategic Approach*. 2nd. Ed. Ediciones Díaz de Santos, S.A. 1991. (*La naturaleza del Marketing*) pág. 3

ponga en posición de comprender la complejidad del ambiente de la organización y sus oportunidades”.

3.2 Mezcla de Mercadotecnia

“La mezcla de mercadotecnia es el conjunto de variables controlables y sus niveles, que la firma utiliza para influenciar el mercado que tiene como meta.¹¹”

CARACTERÍSTICAS			
<i>Producto</i>	<i>Precio</i>	<i>Plaza</i>	<i>Promoción</i>
Marca	Costo de producción	Mercado	Promoción de ventas
Empaque	Punto de equilibrio	Segmentación de mercado	Publicidad
Embalaje	Punto de equilibrio Administrativo	Estratificación de mercado	Relaciones públicas
Etiqueta	Costo marginal	Diferenciación	Venta personal
Código de barras	Competencia	In diferenciación concentración	
Sabor	Limite legal		

Producto:

Es algo que se compra, que proporciona satisfacción, es un artículo tangible, es un servicio. En cualquier forma un producto es un conjunto de beneficios ya sea tangible e intangible que proporciona cierta satisfacción al consumidor.

Por ello los beneficios de todo producto deben estar compaginados con los deseos; preferencias y percepciones de consumidor; por esta razón; todo producto debe contener en sí características únicas que el consumidor y mercado logre diferenciarlo de los demás.

¹¹ Kotler, Phillip; dirección de mercadotecnia: análisis, planeación y control. Ed. Diana (1985); págs. 117

En un sentido amplio la diferenciación de los productos se debe a la incorporación de un nombre comercial como lo es la marca, el etiquetado, el diseño del empaque, color y garantías. Pero la única diferencia real de un producto está contenida en las mentes de los consumidores, en este sentido, la satisfacción psicológica de los productos es la única base real de comparación.

Phillip Kotler; conceptualiza al producto como: “- Producto es todo aquello que se ofrece a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo; incluye objetos materiales, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.-”.

Robert D. Buzzell hace una conceptualización y describe a los productos en dos vertientes; bienes de consumo y bienes de negocios (bienes industriales).

- a) Los bienes y servicios de consumo son los comprados y usados por consumidores familiares.
- b) Los bienes de negocios son los usados por las empresas de negocios como material o componentes de otros bienes o en la prestación de servicios.
- c) Los bienes de conveniencia son mercancías que el cliente generalmente compra con frecuencia, inmediatamente, y con un mínimo esfuerzo de comparación y compra.
- d) Los bienes de selección variable son mercancías que el cliente característicamente, selecciona y compra después de comparar alternativas sobre bases de adecuación calidad, precio y estilo.
- e) Los bienes de especialidad son mercancías con características y/o identificación de marca exclusivas, para adquirir los cuales, un grupo de compradores habitualmente está dispuesto a hacer un esfuerzo de compra especial.

De esta manera los **productos** (bienes y servicios) se describen como y se destinan de acuerdo al uso de quien lo adquiere puesto que los consumidores en si lo que buscan de un producto es una complejidad de satisfacciones que contengan valor. Así la mercadotecnia como herramienta estratégica de planeación y control debe estar en interrelación con las personas, ideas, conceptos, hábitos, costumbres, estilos de vida, organizaciones y naciones para enfrentar la demandante necesidad de satisfacer a cada uno de los actores involucrados en la generación y desarrollo de productos que en última instancia proporcionan valor.

Para el caso de los medicamentos, de acuerdo con lo anterior tenemos que, son bienes manufacturados que poseen características tangibles como son el tamaño, color, sabor, empaque; y como características intangibles están la marca, la calidad, y lo que es importante, la propiedad de ser curativo de los trastornos corporales del ser humano, que es lo que busca primordialmente el cliente o consumidor. En la actualidad podemos observar una gran cantidad de medicamentos elaborados por distintos laboratorios, que cada uno reúne las características anteriormente mencionadas, pero también hay que señalar que hay casos de productos o sustancias activas como la amoxicilina, captopril y enalapril, que son de los fármacos con mayor número de competidores de aproximadamente 50 presentaciones diferentes con este principio activo, lo cual hace que los precios en estas áreas se vea sobresaturada, lo cual dará como resultado ventas improductivas.

Como siguiente punto tenemos al **precio** de un bien o servicio, de acuerdo con lo investigado tenemos que: es el monto de valor monetario o suma de valores de otro elemento con utilidad, que es convenido y que se fija entre el vendedor y el comprador como intercambio de venta, con los beneficios de tener y usar el producto o servicio, aunque en ocasiones no pareciera corresponder con la percepción que el comprador tiene del producto. Esto pareciera ser el caso de lo que ocurre con los medicamentos, pues se puede observar que en el mercado existe una gran diferencia en cuanto al precio de los medicamentos de patente con los genéricos y similares, lo cual se tratará más adelante con los conceptos que se describirán más adelante en el presente trabajo de investigación. Pero también hay que señalar que el precio en algunas ocasiones no es precisamente pagado con

dinero, sino que también es cubierto con vales o a crédito, o por el uso de tarjeta dependiendo de a quien se este refiriendo, que como mencionábamos anteriormente es el acuerdo entre el vendedor y el comprador.

En cuanto a la **plaza**, de acuerdo a la mercadotecnia esta se encuentra relacionada con la forma en la que habremos de hacer llegar el producto a nuestros clientes y que también lo podríamos vincular con la distribución del bien o servicio, por lo tanto es determinar la ubicación del lugar, los canales, la cobertura, las variedades (si es que segmentamos el mercado), así como el transporte, las cuales son actividades que la empresa emprende para el correcto trafico con el fin de que el producto o servicio que se esta ofreciendo sea accesible, y por lo tanto este a disposición de los consumidores. En el caso de las medicinas en este caso pareciera que todo lo antes mencionado sucede y que es efectiva la distribución, pero solamente por el lado privado existen bajas posibilidades de el problema de la distribución no se vea afectada, pues en cada una de las farmacias que manejan medicamentos de laboratorios transnacionales se encuentran variedades y cobertura, esto debido a los distintos canales de distribución que en ella se pueden observar.

Mientras que por en el sector público estos problemas se están suscitando, pues en el IMSS, el ISSSTE y de los Centros de Salud, de acuerdo con notas informativas encontramos que en la actualidad estos tres institutos públicos se encuentra bajo una crisis de desabasto de medicamentos, que puede deberse por el la del IMSS a un al alto pasivo laboral, en su carácter como patrón por un lado y por el otro a los efectos de una transición demográfica y epidemiológica; es por ello que la distribución efectiva de medicamentos se ve afectada por estos problemas que tiene rezagados el IMSS de hace un tiempo y por consiguiente es en este caso donde uno se pregunta que es lo que esta pasará con la distribución de los medicamentos que se deben hacer llegar a los derechohabientes del dicha institución que necesitan medicamentos para mejorar su calidad de vida, pues es su derecho como derechohabientes, ya que pagan sus cuotas y por lo mismo sino consiguen aquí sus medicamentos, se ven forzados a acudir a otras plazas para la satisfacción de esa necesidad.

Por ultimo tenemos a la **promoción**, que de acuerdo con la mercadotecnia esta comprende diferentes actividades por parte de la empresa como son descuentos, bonificaciones, asociaciones de productos, muestras gratis, programas continuos, concursos, sorteos, regalos, promociones, etc., que van encaminadas a persuadir o a cambiar el comportamiento del consumidor o de prospectos de consumidores, para que de manera casi inmediata adquieran el producto o servicio. Auxiliándose de los medios masivos de comunicación y de folletos es como logran hacer del conocimiento del cliente que por este cambio de comportamiento es que se le recompensa por dicha acción, además de por estos medios les sirve también comunicar los beneficios de sus productos pues según ellos les satisfecerá una necesidad o deseo.

En el caso de los medicamentos se puede observar que tras el descubrimiento de una nueva substancia por parte de un laboratorio transnacional, una vez que empieza su comercialización, el productor del medicamento comienza con un gran campaña publicitaria a través de los medios masivos de comunicación como son la radio y la televisión, para dar a conocer el producto que comienza a distribuir; aunado a ello se comienza la promoción a los representantes de ventas de los mayoristas (por mencionar algunos como Casa Saba, Nadro, Marzam, Drogueros), farmacéuticos, médicos y al publico consumidor por medio de folletos, muestras medicas, concursos, bonificaciones, etc., con el fin de persuadir o de cambiar el comportamiento de los clientes, claro dependiendo a que clientes se refiera según sea el caso.

Por ejemplo, de los laboratorios transnacionales sus clientes son los mayoristas, en este caso se manejan ofertas por la adquisición de lotes del nuevo producto, así como de premios o incentivos para los representantes de ventas en la colocación de una pieza del nuevo producto; para el caso de los representantes de ventas sus clientes son lo farmacéuticos, que les hacen del conocimiento de concursos, sorteos, piezas sin cargo sobre la facturación de una determinada cantidad de piezas, porcentaje de descuento sobre facturación por la compra de dicho producto; y por ultimo, de los farmacéuticos están los consumidores finales, que en este caso seria un incremento en el descuento, asociación de productos, regalos, etc., todo ello con el fin de cambiar el comportamiento de cada uno de

estas distintas clases de clientes. Cabe mencionar que esto es un poco el panorama en el que se encuentra desarrollándose en el mercado de medicamentos de patente, pero para este trabajo de investigación únicamente nos enfocaremos al consumidor final que son los clientes que padecen alguna enfermedad del Distrito Federal, esto como marco de ubicación geográfica.

3.3 Medicamentos

Al comienzo de la primera parte observábamos lo que es un producto de acuerdo con la mercadotecnia, o sea las cualidades del producto, pero ahora veremos con más detalle, a cada clase de producto a que nos estamos refiriendo en este trabajo de investigación y para ello daremos los conceptos de cada uno de los diferentes tipos de medicamentos que existen en el mercado como son los medicamentos de patente, medicamentos genéricos y medicamentos similares, y que son los cuales pueden adquirir los clientes, pues este fenómeno que se observa en el sector público, lo que es en el IMSS, ISSSTE y en los Centros de Salud es a lo que los lleva ante la falta de medicamentos .

Así que tenemos que un medicamento de acuerdo con la Ley General de Salud vigente, en su artículo 221 establece en general que un **medicamento** es: Toda sustancia o mezcla de sustancias de origen natural o sintético que tenga efecto terapéutico, preventivo o rehabilitatorio, sobre un determinado padecimiento y que se presente en forma farmacéutica -como cápsulas, tabletas, jarabes, suspensiones, supositorios, ampollita, parches, etc.-, además de que se identifiquen como tal por su actividad farmacológica, características físicas, químicas y biológicas. Aun cuando un producto contenga nutrimentos, será considerado como medicamento, pues siempre que se trate de un preparado, que contenga de manera individual o asociada: vitaminas, minerales, electrolitos, aminoácidos o ácidos grasos, en concentraciones superiores a las de los alimentos naturales; además se presente en alguna forma farmacéutica definida y la indicación de uso contemple efectos terapéuticos, preventivos o rehabilitatorios; será considerado como un medicamento.

3.3.1 Medicamento de Patente

Además que hay que mencionar, que en esta misma Ley, en su artículo 222 nos dice que: “La Secretaría de Salud sólo concederá la autorización correspondiente a los medicamentos, cuando se demuestre que las sustancias que contengan reúnan las características de seguridad y eficacia exigidas, y tomará en cuenta, en su caso, lo dispuesto por el artículo 428 de esta Ley”, así que ninguna otra clase de medicamento se puede distribuir y vender, sino es autorizado por la Secretaria de Salud”¹².

Observando lo anterior, veamos cuales son las características que hacen a un medicamento, para que sea considerado como de patente u original y nos encontramos con que un **medicamento de patente** es: un nuevo medicamento elaborado por un laboratorio investigador o con la autorización del mismo (en este caso cuenta con la licencia del descubridor) que tiene una sustancia descubierta después de varios años de investigación con propiedades curativas sobre una enfermedad y que se comercializa con un nombre propio y que durante el periodo de años que dura la patente ningún otro laboratorio puede fabricar el mismo medicamento.

Esto parece simple, pero la realidad es que hay que señalar que esto lleva todo un proceso esta investigación que lleva tiempo y costos, así que el poder distinguir un medicamento original de los demás, ayuda a alentar la investigación para ampliar la frontera del conocimiento, pues también impulsan el descubrimiento de nuevas moléculas terapéuticas, diagnósticas o preventivas que beneficiarán a las generaciones actuales y futuras. Además de que con su uso se fomenta la investigación farmacológica, que ayuda a la información médica y se estimula el progreso científico de la humanidad, por lo que estos años de investigación dan respaldo científico a este nuevo principio activo.

¹²Página Web consultada: <http://www.anipron.org/empresa/leydesalud.htm>

Las copias no son exactamente idénticas al original de marca, aunque en ocasiones, si se cumplen estrictas normas de control de calidad, pero no por ello quiera decir que siempre se produzcan efectos idénticos a los originales y tal vez esto se deba a la formulación, la calidad, la estabilidad y la biodisponibilidad que suelen ser diferentes. Es necesario un firme soporte clínico y farmacológico para poder demostrar que la bioequivalencia de una copia es la misma de un original de marca, pues en muchos países latinoamericanos la variación es elevada, quizás un 20% por encima del intervalo de confianza permisible en los estudios de biodisponibilidad de drogas, ya que el cuerpo humano metaboliza los diferentes fármacos de acuerdo a raza, genética, cultura, regímenes alimenticios, vicios y hasta clima, entre otros factores que hacen que la biodisponibilidad varíe¹³ (mas adelante se observara lo que es la biodisponibilidad y bioequivalencia).

Cabe destacar que cuando la Food and Drug Administration (FDA), el Reference Country European Union, la Organización Mundial de la Salud (OMS) u otros organismos mundiales de autorización, brindan confianza a los profesionales al aprobar productos farmacéuticos, lo hacen sólo sobre los productos originales, pues el laboratorio investigador tiene un alto grado de compromiso con sus productos, debido a que pone en juego su prestigio y credibilidad por lo tanto pone importante énfasis en la calidad de los principios activos.

Características del medicamento original:

El uso de un medicamento original garantiza:

- **Responsabilidad:** ya que identifica la fuente de los productos y confiere responsabilidad a sus fabricantes.

¹³ Pagina Web consultada: <http://visioncyt.com/genericos.htm>

-Calidad: reproduce en todo el mundo los niveles de calidad del laboratorio investigador, pues la calidad son las características que el consumidor requiere de un producto, en este caso el poder curar una enfermedad.

-Biodisponibilidad: es la velocidad y la cantidad en la que un fármaco o su ingrediente activo se encuentra disponible en el lugar donde debe ejercer su acción y está se encuentra muy relacionada con la disolución de la forma farmacéutica, las propiedades fisicoquímicas del fármaco, su formulación y las características particulares del individuo como raza, genética, cultura, regímenes alimenticios, etc. y es el laboratorio quien garantiza que las variables que afectan la biodisponibilidad de los principios activos, que el laboratorio investigador conoce y controla las variables de su fabricación.

-Eficacia: permite obtener efectos terapéuticos predecibles, los cuales son evidenciados por los ensayos clínicos, realizados en cada una de las etapas en la que desarrolla la investigación del principio activo.

-Seguridad: está se encuentra documentada por rigurosos estudios farmacológicos y clínicos.

-Experiencia: el medicamento original es el utilizado verdaderamente en las experiencias clínicas mundiales y es el único que asegura los resultados citados en la bibliografía médica.

-Farmacovigilancia: el laboratorio investigador realiza el seguimiento y vigilancia del comportamiento de sus fármacos en todo el mundo y esta valiosa información colabora con la mayor confiabilidad de los productos a la hora de prescribir.

El largo proceso para el desarrollo de un nuevo medicamento

Cada molécula descubierta es la culminación de un largo, laborioso y costoso proceso de investigación y desarrollo que en promedio lleva 10 años. Cada año miles de nuevas sustancias químicas son descubiertas por equipos de investigación. Eventualmente, una de estas miles de moléculas se convertirá en un nuevo medicamento. Existen muchos pasos y grupos de investigación en este proceso que involucran desde el análisis bibliográfico en el campo de la investigación particular, el modelaje de la estructura molecular y la síntesis y análisis de las sustancias químicas. Luego de estas etapas iniciales y fundamentales se inicia la etapa farmacológica que es el corazón de la investigación.

Farmacología:

La farmacología comprende el conocimiento de la historia, el origen, las propiedades físicas y químicas, la presentación, los efectos bioquímicos y fisiológicos, los mecanismos de acción, la absorción, distribución, biotransformación, y eliminación, así como el uso terapéutico de los fármacos.

Etapas de la farmacología:

Farmacocinética: a través de esta etapa se estudia exactamente que ocurre cuando una sustancia química ingresa al organismo. Este proceso involucra la absorción, distribución, metabolización y eliminación de los fármacos. Estos factores junto con la dosis administrada rigen la concentración del producto en su sitio de acción y la intensidad de su efecto.

Toxicología: La toxicología involucra el estudio científico y meticuloso de la seguridad de las sustancias en desarrollo. Los toxicólogos evalúan los posibles efectos adversos indeseables tanto a corto como largo plazo. El completar la fase de evaluación toxicológica de un fármaco lleva años de estudios continuados y que al fin de los mismos se determina si un fármaco potencial es lo suficientemente seguro para ser evaluado en seres humanos.

Farmacología Clínica: La farmacología clínica se inicia con la investigación de los efectos de la sustancia en los seres humanos. Esta etapa del desarrollo de una nueva droga involucra 4 fases, la cual es la más larga y costosa del todo el proceso. De los 10 años en promedio que lleva el desarrollo de un nuevo fármaco más de 5 se requieren para la etapa clínica y no hay garantías de éxito, sólo 1 de cada 5 fármacos aprobará estas fases de evaluación.

Fase I: Comprende la primer administración a seres humanos, pues involucra a voluntarios sanos, para evaluar la acción y seguridad de la sustancia.

Fase II: Esta fase comprende la investigación clínica en pacientes en Instituciones de Salud reconocidas de acuerdo a las estrictas Normas de GCP -de las siglas en inglés Good Clinical Practice (Buenas Prácticas Clínicas), que es un Estándar de Calidad Internacional Ético y Científico que funciona para conducir, registrar, y reportar ensayos clínicos que involucran la participación de seres humanos. El cumplimiento de estos estándares provee la garantía que los derechos, seguridad y bienestar de los sujetos participantes en el ensayo están protegidos y que son consistentes con los principios originados en la Declaración de Helsinki, además de que asegura que los datos obtenidos en el ensayo clínico son creíbles y reproducibles.-. En esta fase se evalúa la verdadera acción del nuevo producto en una enfermedad en particular y se establece la dosis óptima.

Fase III: Esta fase involucra el uso de la medicación en grandes grupos de pacientes (alrededor de entre 500 a 3000 personas) en comparación con placebo -son preparaciones farmacéuticas que sólo contienen productos inertes y que se prescriben para lograr un efecto psicoterapéutico- a fin de realizar una evaluación lo más objetiva posible y comprobar de forma controlada la eficacia de la nueva droga.

Fase IV: Una vez que el fármaco ha pasado exitosamente las fases anteriores y su uso es aprobado por las autoridades sanitarias, se inicia la etapa de comercialización. En esta fase se realiza la fármaco-vigilancia que implica el monitoreo de las reacciones adversas, patrones de utilización del medicamento e identificación de otras indicaciones.

Además hay que agregar que una **Patente** es la certificación que el Gobierno de México otorga, ya sea a personas físicas o a personas morales, lo cual les permite explotar en forma exclusiva sus invenciones o descubrimientos, que pueden llegar a consistir en nuevos productos o procesos de producción, el cual lo pueden realizar durante un plazo improrrogable que no excede de los 20 años (en el caso de México, ya que en Europa, una patente tiene una vigencia de 5 años) y que son contados a partir de la presentación de su correspondiente solicitud, además de su pago, dependiendo que tipo de persona sea (física o moral), ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI). Este Organismo Público Descentralizado, es el que se encarga de la recepción, estudio y otorgamiento de patentes en nuestro país.

Algunos de los beneficios que se obtienen por el registro de una patente ante este organismo son las siguientes:

- § Primero: El inventor cuenta con la seguridad que se le ofrece, por la protección de la patente, lo cual motiva su creatividad, toda vez que tiene la garantía que su actividad inventiva estará protegida durante 20 años y será el único que podrá explotarla.
- § Segundo: Si la patente del inventor tiene un buen éxito comercial o industrial, él se logrará beneficiar con la expedición de la o de las licencias de explotación, que decida otorgar a terceras personas, pues, ya que sin la patente otorgada, su actividad creativa sería poco remunerada y se expondría al plagio, sus ideas inventivas.
- § Tercero: Debido a que la actividad inventiva no es algo que tenga como fin guardarse o que el inventor la utilice para sí evitando su explotación industrial, el inventor la mayoría de las veces quiere dar a conocer, publicar y explicar los beneficios que la invención trae consigo, por lo que está expuesto a que sus ideas sean plagiadas, con la consecuencia de que si la invención no está patentada y el que la hurta, obtiene primero la patente el inventor, este verá envuelto en acciones de tipo legal para adquirir o recuperar sus derechos, con los consabidos costos y tiempos perdidos, lo cual perjudicaría su iniciativa de investigación

Esperamos que con toda esta información se comprenda mejor todo el proceso por el que pasa un medicamento de patente, para posteriormente su diferenciación con los otros dos tipos de medicamentos que existen.

3.3.2. Medicamento genérico

Ahora describiremos que es lo que hace que un medicamento sea considerado como genérico de acuerdo a sus características, pero por el momento mencionaremos que de acuerdo con la Ley General de Salud un *medicamento genérico* es: un medicamento, registrado ante la S.S.A., que contiene la misma sustancia activa que el Medicamento Innovador y cuentan con las mismas propiedades pasando por pruebas iguales a las del laboratorio que descubrió la sustancia, por lo que tienen igual poder curativo con diferente nombre comercial y que por ser medicamentos con patente libre, o sea, sin gastos de investigación y con muy bajos costos de publicidad, permiten que los precios de venta sean substancialmente menores, esto es de acuerdo con la legislación vigente.

Pero ahora, también nos encontramos con que esta la definición de *medicamento genérico intercambiable*, por lo que observamos que este producto: es un medicamento registrado ante la S.S.A. que contiene la misma sustancia activa, vía de administración y concentración que el medicamento innovador, siendo su efecto curativo casi exactamente igual. Estos medicamentos son sometidos a unas pruebas de intercambiabilidad como el perfil de disolución, de *Bioequivalencia* y *Biodisponibilidad*, con el fin de demostrar que se comportan en el organismo humano exactamente igual que el medicamento innovador. Estos medicamentos se denominan por el nombre de la sustancia activa y se identifican en sus envases con las siglas G.I., además de que no tienen nombre comercial.

Así que un **medicamento genérico**, sin importar si tiene *nombre comercial* o las siglas *G.I.* será considerado como tal; cuando el medicamento contenga la misma sustancia activa, que utilice la misma vía de administración y cuya absorción, distribución, metabolismo y eliminación son iguales o muy parecidos a las del medicamento innovador, es decir, que sean bioequivalentes por tener biodisponibilidad iguales o semejantes y que

deben de cumplir con los criterios y requisitos que establece la Norma Oficial Mexicana 177-SSA1-1998, publicada en el Diario Oficial, con fecha del 7 de mayo de 1999.

Por consiguiente, hasta este momento se había observado lo que era la biodisponibilidad -que se describió en los medicamentos de patente-, más sin embargo, surge otro concepto por agregar en este punto, que es el de la **bioequivalencia**, y no es otra cosa, mas que considerar, que dos medicamentos son bioequivalentes, si son equivalentes farmacéuticos (es decir, si contienen la misma cantidad del mismo principio activo en la misma forma de dosificación) y si su biodisponibilidad (en magnitud y velocidad) después de su administración a dosis iguales son similares en tal grado que, sus efectos, en términos de eficacia y seguridad, se supone serán esencialmente los mismos. Se asume, por tanto, que si se cumplen estos requisitos las dos especialidades farmacéuticas son intercambiables, es decir, una de ellas puede sustituir a la otra en el tratamiento de una enfermedad o síntoma en un paciente concreto.

Así que tenemos que el término bioequivalencia se refiere a la velocidad y proporción en que el mismo principio activo de dos medicamentos “iguales” alcanza la circulación sistémica. Por ello, la bioequivalencia se cuantifica mediante la determinación de los niveles del fármaco contenido en los dos medicamentos (biodisponibilidad). El hecho de que un medicamento genérico contenga exactamente el mismo principio activo que un producto innovador no asegura su intercambiabilidad. Existen diferencias muchas veces conocidas, ya que ambos pueden haberse obtenido a partir de una materia prima diferente y vehiculizarse con distintos excipientes, presentarse con otra formulación o seguir un proceso de fabricación distinto. Por todo ello, pueden presentar una diferente biodisponibilidad o pueden provocar distintos efectos o reacciones adversas motivadas por los diferentes excipientes o por la presencia de impurezas.

En la actualidad para que un estudio de bioequivalencia sea correcto, debe reunir las siguientes características: un numero de participantes de entre 12 y 30 voluntarios sanos, con una edad de entre 18 y 55 años, con un peso normal, que se encuentre en ayunas para posteriormente tomar muestras seriadas de sangre para construir una curva de tiempo-

concentración del principio activo. Sin embargo, el número preciso de voluntarios necesarios en cada estudio dependerá de la variabilidad intramuscular e interindividual que cabe esperar de cada fármaco, y de la precisión estadística exigida por las indicaciones clínicas del fármaco y que a continuación se observaran más detalladamente.

Participantes

En el caso de los participantes, según las regulaciones actuales se considera que el diseño de estudio en humanos se debe llevar a cabo sobre voluntarios que cumplan unas condiciones fijadas previamente y en donde algunos de los requisitos para que un diseño de estudio en el hombre sea válido son los siguientes:

- Que sean voluntarios sanos, que no padezcan alguna enfermedad evidente;
- Que los voluntarios sean de ambos sexos;
- Que las edades de los voluntarios estén comprendidas entre los 18 y los 50-55 años ;
- Que su peso no supere en más o en menos el 10-15 % del peso ideal para su altura y sexo;
- Y por ultimo, que los voluntarios deben dar su consentimiento por escrito.

Además, se deberá tener en cuenta el hábito tabáquico y para algunos fármacos si se trata o no de personas con un fenotipo/genotipo metabólico característico. El número mínimo de personas exigido para llevar a cabo el estudio depende de la variabilidad de la cinética del fármaco del que se trate, pero lo más frecuente es considerar al menos entre 12 y 24 sujetos. Es necesario un cálculo específico del tamaño de la muestra, en el caso de que se trate de fármacos con una gran variabilidad, con un coeficiente de variación superior al 30 %, es posible que sea necesario hacer el estudio con muchos más sujetos o sea imprescindible utilizar diseños estadísticos específicos, tales como replicaciones o administraciones múltiples.

La forma de valoración habitual en humanos consiste en realizar un estudio aleatorizado, cruzado y abierto (no ciego), para que los sujetos que participan durante dos

días (períodos) distintos separados, tengan un período libre. Uno de los días se administra una dosis única del preparado innovador o referencia/patrón (A) y el otro se administra el medicamento genérico (B). Cada sujeto recibe, por tanto, las dos formulaciones en estudio. El tratamiento correspondiente a cada día se asigna aleatoriamente, así existen dos posibles secuencias (A primero y B después, o su contrario, en primer lugar B y después A).

Otras condiciones del estudio son:

- Administración de la misma dosis de ambos fármacos
- Administración de los fármacos en ayunas de 10 horas para alimentos (excepto cuando se trata de preparados de liberación retardada, en los que puede recomendarse su ingesta con comida)
- Estandarización del volumen de agua a ingerir conjuntamente con el fármaco, que es de 100-240 ml., aproximadamente.
- Existencia de condiciones controladas durante el estudio, que serían en este caso: la temperatura, postura, alimentos, así como la abstinencia de ingerir bebidas alcohólicas.

Las extracciones de sangre, necesarias para determinar las concentraciones del fármaco, deben llevarse a cabo en distintos tiempos, los cuales deben al menos cubrir tres semividas de eliminación. Así, por ejemplo, para el captopril, se recomiendan extracciones de sangre a las 0; 0.5; 1; 1.5; 2; 3; 4; 6 y 8 horas después de la administración, pero para cada medicamento pueden variar. El tiempo de lavado entre ambas administraciones (separación entre el período 1 y 2) debe ser de al menos cinco semividas -es el tiempo que tarda la concentración en reducirse a la mitad- de eliminación del fármaco en estudio. En cuanto al método analítico empleado en la determinación del fármaco debe ser sensible y estar debidamente validado, además, de que deben realizarse controles rutinarios de constantes vitales, especialmente si el fármaco tiene efectos sobre la frecuencia cardíaca o la presión arterial. También se controlará la posible aparición de efectos indeseables o de cambios en los análisis clínicos de seguridad (como bioquímica o coagulación).

Dichas pruebas se realizan en prestigiados laboratorios nacionales de investigación, que están autorizados por la SSA -como es el caso de Centro Universitario de Ciencias Exactas e Ingenierías (CUCEI) de Guadalajara que es uno de los cinco laboratorios autorizados por la Secretaria de Salud para realizar este tipo de estudios- y que se les denomina "Terceros Autorizados", debiendo llevar a cabo las pruebas a que deben sujetarse los medicamentos y que están establecidas en la "Norma Oficial Mexicana NOM-177-SSA1-1998, que es en donde se establece cuales son las pruebas y procedimientos que se deben realizar para demostrar que un medicamento es intercambiable; y que además, deberán reunir los requisitos a los cuales deben de sujetarse, y que verifican los terceros autorizados, cuando realizan las pruebas en México.

Si existiera un riesgo inaceptable para los voluntarios sanos, como ocurre con algunos fármacos, el estudio de bioequivalencia debe hacerse en pacientes, por lo tanto, el número de sujetos se calcula ateniéndonos al coeficiente de variación de los parámetros que vayamos a medir. Pero en ocasiones, la demostración de bioequivalencia puede ser más compleja, por ejemplo cuando se trata de fármacos:

- Con un margen terapéutico estrecho;
- Que tienen una alta variabilidad de resultados (con un coeficiente de variación en parámetros de biodisponibilidad superior al 30 %);
- Que son profármacos o que generan metabolitos activos;
- Que se utilizan por vías de administración diferentes a la oral, como los preparados percutáneos o los inhaladores, que utilizan dosis muy pequeñas; y
- Que son también sustancias endógenas.

Por lo que en ocasiones, para demostrar la bioequivalencia, se requieren estudios de muy complejos, e incluso puede ser necesaria la realización de ensayos clínicos en pacientes para demostrar una eficacia clínica similar.

3.3.3 Medicamentos Similares

Por último observaremos lo que es un medicamento similar, y como tal tenemos que es un medicamento de marca económica, conocido popularmente como Similar, el cual es un fármaco con la misma sustancia activa, mismo efecto terapéutico, que es sometido a estrictos controles de calidad, pero con diferente nombre comercial, asignado por el laboratorio fabricante. La comercialización de medicamentos de marca económica, conocidos popularmente como Similares, no es una práctica nueva en nuestro país, ya que en el mercado nacional existen diferentes nombres comerciales para un mismo principio activo, como es el caso de las *Farmacias Similares*, que distribuyen en el mercado medicamentos de Laboratorios Nacionales con amplia experiencia en la Industria Farmacéutica, además de contar con controles de calidad aprobados y vigentes por el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y por un Sistema de Calidad Interno.

Para esta empresa -Farmacias Similares- lo importante es la calidad de los medicamentos, con lo que se convierte en la primera y única cadena de farmacias que cuenta con su propio Departamento de Control de Calidad, el cual lleva el siguiente proceso:

1. Se pide un certificado analítico a los Laboratorios Fabricantes, (el certificado analítico es como el Acta de Nacimiento de un medicamento);
2. Se visita a los Laboratorios Fabricantes para verificar que cuentan con instalaciones adecuadas y cumplan con las buenas prácticas de fabricación;
3. Se hace una revisión física de los medicamentos, y se mandan a analizar a un laboratorio autorizado por la Secretaría de Salud, quien actúa como una tercera en materia de garantía;

4. La mayoría de los proveedores son laboratorios que actualmente proveen al I.M.S.S., lo cual nos indica que están siendo revisados por dicha institución, en forma continúa.

En este caso pareciera que los medicamentos similares tienen la misma calidad que los de patente y los medicamentos genéricos, pues de acuerdo con las *Farmacias Similares*, realizan pruebas para demostrar su calidad, además de que es uno de los proveedores del IMSS; pero hay expertos que no comparten esta idea, como es el caso de QFB José Morán, que nos dice que un medicamento similar no es igual un genérico intercambiable, ya que “un medicamento similar posiblemente no tenga el mismo efecto terapéutico que un Medicamento Innovador o de un Medicamento Genérico Intercambiable, por lo que su efectividad es dudosa. Además, no han sido revisados en cuanto a biodisponibilidad y bioequivalencia tal como a los medicamentos genéricos intercambiables”; pero si esto fuera así, la Secretaría de Salud no autorizaría su comercialización en el país, por consiguiente tenemos que un **medicamento similar** es el que contiene el(los) mismo(s) principio(s) activo(s), la misma(s) forma(s) farmacéutica(s), la misma vía de administración, la misma indicación terapéutica, la misma posología y que es equivalente al producto de referencia, pudiendo diferir en características tales como tamaño y forma, período de vida útil, envase primario.

4. METODOLOGÍA

4.1 SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Después de lo anteriormente expuesto, se pretende a partir de ello realizar encuestas a la población del Distrito Federal, de la cual, estamos interesados en algunos aspectos de la población total, pero en este caso podemos observar que es demasiado grande para estudiarla en su totalidad, pues tan solo en el año 2000 la población total del Distrito Federal era de 8,591,309 hab, por lo que si se realizara este estudio en su totalidad, nos exigiría demasiado tiempo y dinero; por lo que habremos de estudiar solo una parte de dicha población. En este caso se tomara un numero especifico o representativo de personas (muestra) de la población total, con la que se pretende predecir su comportamiento; el cual se pretende lograr, basándonos en la información recopilada por la encuesta que se va a aplicar para posteriormente su análisis y grafica de los resultados obtenidos.

Esta muestra será en todo caso, un muestreo aleatorio en el que los elementos de la población de interés (población objetivo) tienen la misma oportunidad de ser seleccionadas, tal es el caso de las personas económicamente activas, de entre una edad de 20 a 59 años de edad, que perciban menos de 3 salarios mínimos (que son a los que se les va a aplicar la encuesta), de preferencia en las zonas marginadas del Distrito Federal, así que de los 8,591,309 hab., los que reúnen estas características son aproximadamente 2,326,449 hab., que aun así es una población demasiado grande, por lo que mas adelante determinaremos el tamaño de la muestra infinita de acuerdo con una formula para este tipo de muestras.

Hay que mencionar que en la actualidad el salario mínimo en el Distrito Federal del 1° de enero del 2001 a la fecha es de 40.35, del cual, muchas veces es insuficiente para cubrir las necesidades primordiales de una familia, que de acuerdo con la constitución de los Estados Unidos Mexicanos, debe de ser el suficiente para que una familia pueda cubrir sus necesidades, pero por lo que se puede observar en muchos de los casos, es que varios de los integrantes de una familia se ven obligados a trabajar pues lo que gana el padre de familia resulta ser insuficiente. Pero este no es lo que pretendemos estudiar, sino como, el

hecho que estas familias cuentan con otras alternativas, que pueden hacer que se mejore la calidad de vida. Lamentablemente son los datos estadísticos más recientes que se lograron obtener del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Información (INEGI).

	Delegación	Habitantes en 1995:	% de la población
1	Azcapotzalco	455,131	5.38
2	Coyoacán	653,489	7.72
3	Cuajimalpa de Morelos	135,194	1.60
4	Gustavo A. Madero	1,256,913	14.85
5	Iztacalco	418,982	4.95
6	Iztapalapa	1,696,609	20.04
7	Magdalena Contreras	211,242	2.50
8	Milpa Alta	74,672	0.88
9	Alvaro Obregón	676,734	7.99
10	Tláhuac	255,545	3.02
11	Tlalpan	551,467	6.51
12	Xochimilco	317,524	3.75
13	Benito Juárez	369,956	4.37
14	Cuauhtémoc	540,382	6.38
15	Miguel Hidalgo	366,551	4.33
16	Venustiano Carranza	485,623	5.74
	Total de población	8,466,014	100.00

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA POR SEXO SEGÚN GRUPOS DE EDAD, 2000

Grupos de edad	Total	Hombres	Mujeres
Población económicamente activa	3,826,609	2,314,187	1,512,422
12 a 14 años (%)	0.7	0.6	0.8
15 a 19 años (%)	6.3	6.4	6.2
20 a 29 años (%)	29.5	28.2	31.5
30 a 39 años (%)	25.3	27.0	22.8
40 a 49 años (%)	20.4	18.7	23.0
50 a 59 años (%)	11.9	12.1	11.7
60 años y más (%)	5.8	7.0	4.1
No especificado	-	-	-

NOTA: Datos correspondientes al trimestre abril-junio.
FUENTE: INEGI. *Encuesta Nacional de Empleo, 2000*. México, 2001.

POBLACIÓN OCUPADA SEGÚN NIVEL DE INGRESO MENSUAL, 2000

Niveles de ingreso	Nacional		Distrito Federal	
	Absolutos	Estructura %	Absolutos	Estructura %
Total	38,785,274	100.0	3,698,504	100.0
No recibe ingresos a/	4,112,757	10.6	108,970	2.9
Menos de un salario mínimo	6,219,109	16.0	295,367	8.0
De 1 hasta 2 salarios mínimos	11,073,574	28.6	1,170,863	31.7
Más de 2 hasta 3 salarios mínimos	6,968,919	18.0	751,249	20.3
Más de 3 hasta 5 salarios mínimos	5,290,394	13.6	555,607	15.0
Más de 5 hasta 10 salarios mínimos	2,836,128	7.3	353,213	9.6
Más de 10 salarios mínimos	1,146,021	3.0	248,379	6.7
No especificado	1,138,372	2.9	214,856	5.8

NOTA: Datos correspondientes al trimestre abril-junio.
a/ Incluye a la población ocupada que recibe únicamente ingreso no monetario (autoconsumo).
FUENTE: INEGI. *Encuesta Nacional de Empleo, 2000*. México, 2001.

Ahora vamos a determinar el tamaño de nuestra muestra, de acuerdo con lo investigado en libros de estadística, pues en este caso nuestra población es infinita (muy grande), pues son aproximadamente 2,326,449 hab. los que se tendrían que encuestar y esto nos llevaría a invertir mucho tiempo y dinero para la realización de dicha investigación por lo cual, para la determinación de nuestra muestra tenemos que necesitamos determinar lo siguiente:

1. Se determina el grado de confianza, el cual se hará, de acuerdo a la ponderación que se le da en una tabla normal para una, en donde tenemos que para:
 - a) $\sigma = 95\%$, se tiene un valor de 1.96.
 - b) Si se evalúa la situación mercadológica, en donde tenemos que la probabilidad de que se suscite una situación a favor (p) y una situación en contra q es en la misma proporción una de otra, así que tenemos que debido a que la probabilidad de que una respuesta sea (p + q = 1), por lo tanto se reconoce, que cuando no se conoce la situación de mercado p y q son iguales, se les asigna el valor de 0.5 cada uno, que sustituyendo tendríamos que $0.5 + 0.5 = 1$.
2. Se define el error máximo permitido (es de 0.05)
3. Se determina la población a analizar para utilizar la formula respectiva:

$$\begin{aligned} \text{Población infinita: } m &= \frac{(\sigma)^2 (p) * (q)}{e^2} &= & \frac{(1.96)^2 [(0.5)(0.5)]}{0.05^2} \\ &= \frac{3.8416 (0.25)}{0.0025} &= & \frac{0.9604}{0.0025} = m = 384.16 = 385 \end{aligned}$$

Así que aplicando esta formula obtenemos el resultado de 385 con un error de 0.05.

4.2 GRAFICA DE GANTT

Actividades	May	Jun	Jul	Agos	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr
Delimitar cual es el proyecto de investigación	()											
Se comienza a recopilar la información	())								
Se delimitan las preguntas, objetivos y hipótesis	())									
Se determina el tamaño de nuestra población				()								
Se elaboran las preguntas para la encuesta					())						
Se aplican las encuestas a la muestra							())				
Se revisan y analizan los datos recopilados de la encuesta									())		
Se delimitan nuestras conclusiones y recomendaciones											())

5. DISEÑO DE LA MUESTRA

Recursos

Para la realización de este proyecto de investigación se requirió de la utilización de computadora, servicio de fotocopiado, servicio de Internet, servicio de impresión, hojas blancas, engargolado, viáticos (para la aplicación de encuestas), material bibliográfico.

Ubicación Geográfica

Parte del lugar, en donde se llevó a cabo este proyecto de investigación, fue con la participación de gente del Distrito Federal (que es la capital de Estados Unidos Mexicanos), el cual se ubica en la zona céntrica de la República Mexicana y esta colindando con los Estados de México y de Morelos.

Análisis de los Datos Muestrales

En el presente capítulo, se hace un análisis de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a personas mayores de 20 años, que son económicamente activas y que habitan en el Distrito Federal, esto con la finalidad de obtener la información que nos permitan conocer los gustos y preferencias, así como saber que tan informada esta la gente con respecto a los medicamentos de patente, genéricos y similares, para así poder elaborar nuestras conclusiones y recomendaciones. Cabe señalar que la encuesta se divide en dos: la primera parte es la de datos generales de la muestra y la segunda es referente a la finalidad del este proyecto de investigación.

5.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Distribución de Frecuencias

Primera Sección: Datos Generales

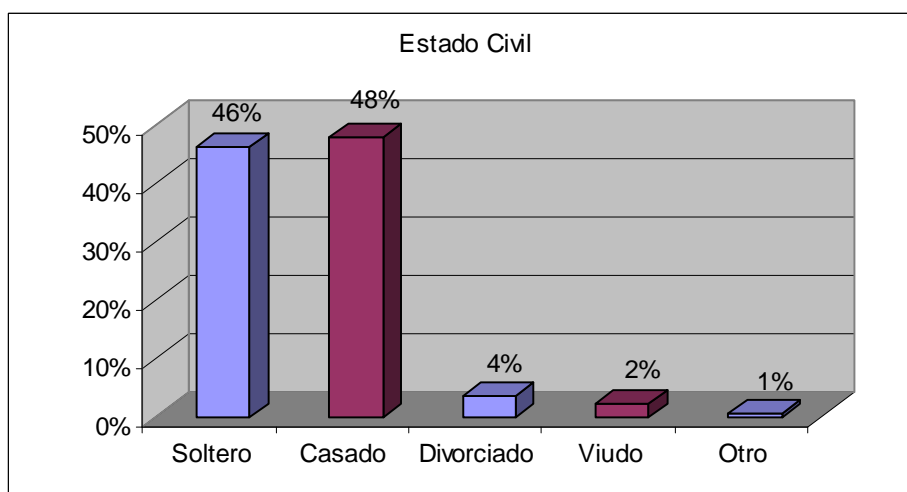


Gráfico 1

Comencemos con las gráficas de los datos generales y que se describirán a groso modo, para conocer cuales son las características principales de nuestra muestra. Se observa que de la muestra encuestada, en cuanto a su estado *civil* tiene un equilibrio relativo, pues el 46% de las personas, son solteras; mientras que, otra parte igual, el 48 % tiene un estado civil de *casado*, ocupando así entre estos dos rubros, el 90% en la muestra; y menos de una décima parte tiene otro estado civil diferente, observado de la siguiente manera: solo el 4 % de las personas encuestadas, son *divorciados*, mientras que sólo el 2 % son *viudos* y por último el 1 % tienen *otro* estado civil (que viven en unión libre o concubinato).

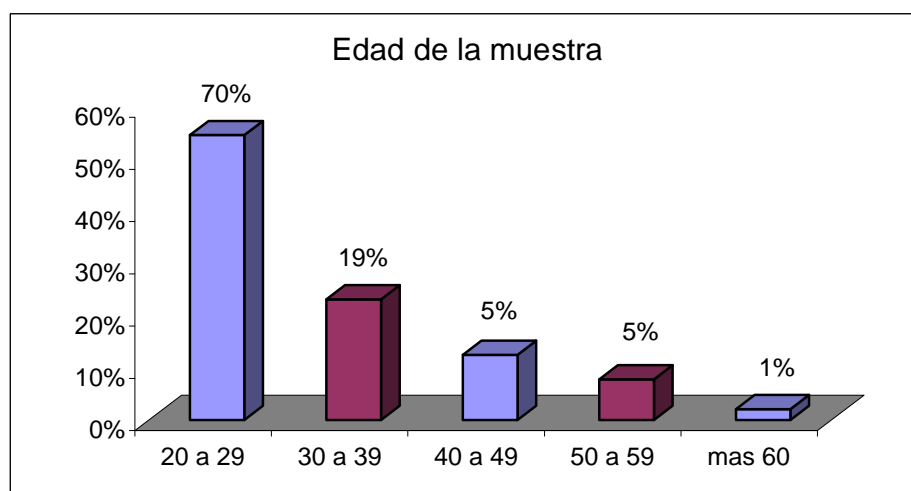


Gráfico 2

Ahora en cuanto a la edad de la muestra, tenemos que el 70 % de los encuestados son personas entre los 20 y los 29 años de edad; mientras que el 19 % de las mismas, son personas entre los 30 y 39 años de edad. Continuando tenemos que sólo el 5 % de los encuestados, tienen una edad entre los 40 y los 49; así mismo, de los 50 a los 59 años de edad; y por último sólo el 1 %, son personas con más de 60 años de edad.

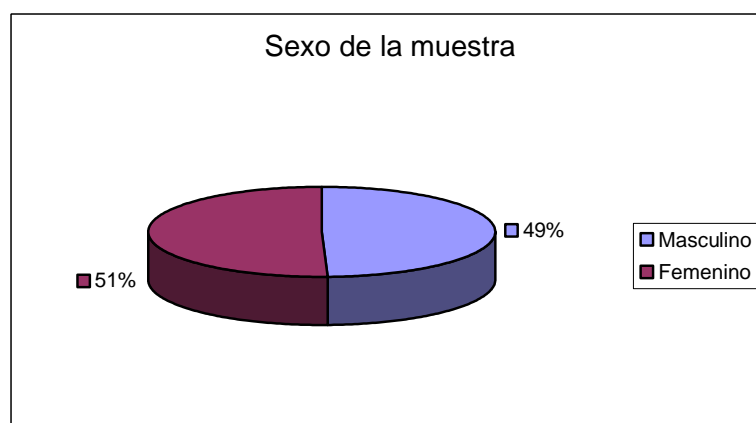


Gráfico 3

Continuando, tenemos que del sexo la muestra, el porcentaje entre hombres y mujeres encuestados nos arroja que hay no hubo mucha diferencia, por lo que el sesgo entre un sexo y otro, es relativamente corto. Con esto podemos decir que el mercado de consumo

y potencial es equilibrado, pues el 49 % de la muestra son hombres, y el 51 % (poco más de la mitad) son mujeres.

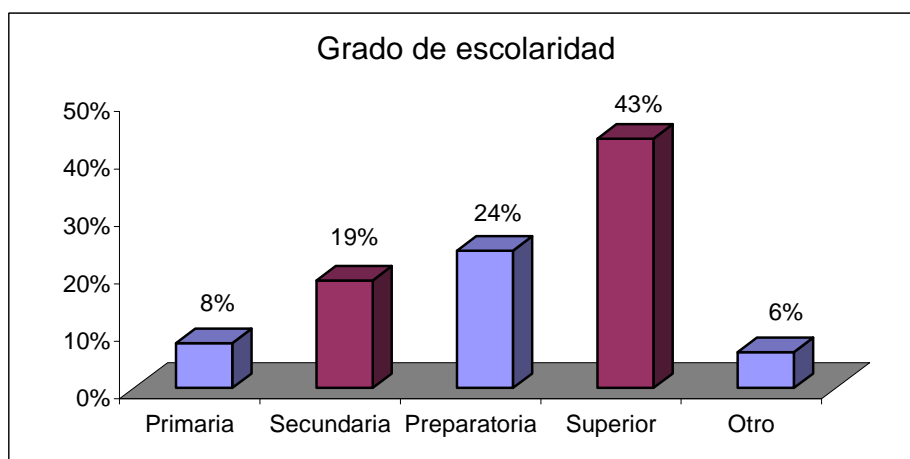


Gráfico 4

En cuanto al grado de escolaridad, se observa que de la muestra, el 8 % tienen estudios a nivel primaria; mientras que el 19 % de la muestra, sólo han cursado estudios a nivel secundaria; además de que el 24 % de los encuestados, cuentan con una escolaridad de nivel medio superior. Continuando tenemos que el 43 % (casi la mitad) de los encuestados cursan, cursaron o han cursado el nivel superior; aunado a este, tenemos que el 6 % a cursado algún otro tipo de estudio.

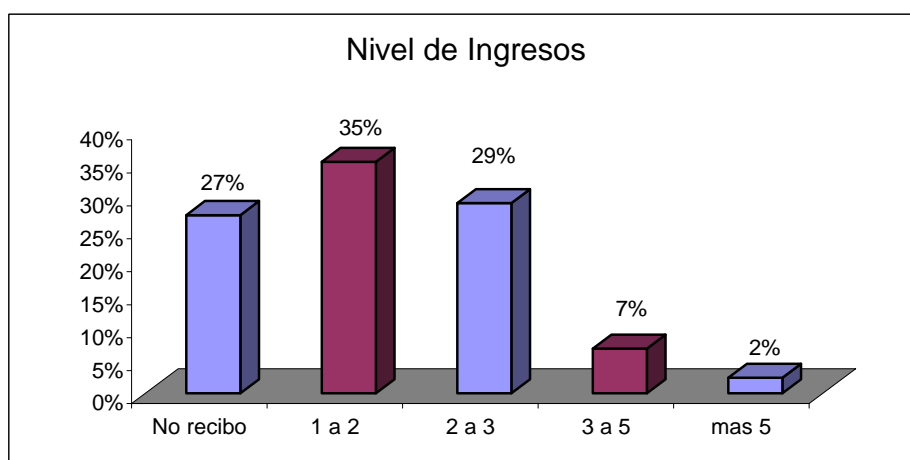


Gráfico 5

Continuando, tenemos que en el nivel de ingreso de la población, se observa lo siguiente: el 27 % de la muestra, no perciben ingresos, lo cual se debe a que son padres o madres de familia que actualmente no están trabajando, o son estudiantes o son personas que ya están jubilados; mientras que, también el 35 %, perciben de entre uno ó dos salarios mínimos; aunado a ello tenemos que el 29 % perciben de entre dos y tres salarios mínimos. También tenemos que el 7 % perciben entre tres y cinco salarios mínimos; y por último tenemos que sólo el 2 % de los encuestados, perciben más de cinco salarios mínimos.

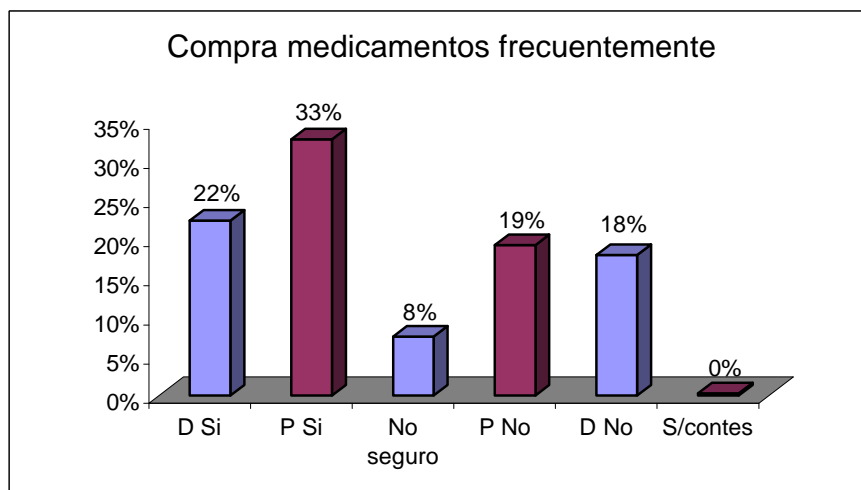
Segunda Sección: Preguntas del proyecto

Gráfico 6

En la gráfica se observa que de las personas encuestadas, cuando adquieren medicamentos, llama la atención que el 22 % de la muestra *definitivamente si*, compran frecuentemente medicamentos; mientras que el 33 % *probablemente si* consume frecuentemente medicamentos; hay que agregar sólo el 8 % *no esta seguro* completamente si su consumo es frecuente; aunado a ello tenemos que el 19 % mencionan que *probablemente no* consumen frecuentemente este clase producto; y por ultimo tenemos que, sólo el 18 % de la muestra nos mencionan, que *definitivamente no* consumen frecuentemente medicamentos, esto debido a que gozan por el momento, de buena salud y no sufren de algún malestar, por lo que no tiene la necesidad de adquirirlos, por lo cual, no los consumen.

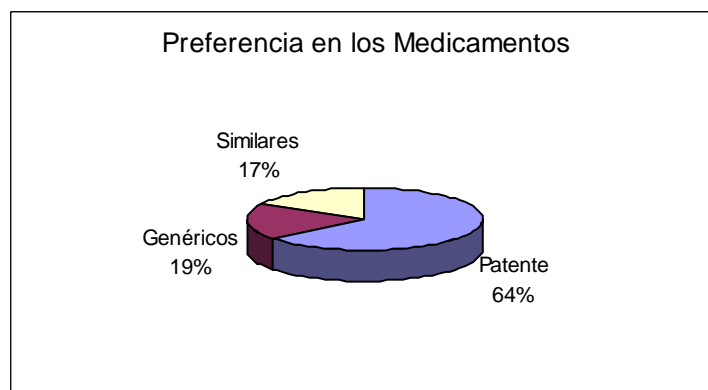


Gráfico 7

En cuanto a la preferencia que tienen con respecto a los tres tipos de medicamentos que existen, obtuvimos los siguientes resultados: de las personas que compran medicamentos el 64 % (más de la mitad) de los encuestados prefieren los medicamentos de patente; mientras que sólo el 19 % de ellos prefieren los medicamentos genéricos, así como el 17 %, prefieren los medicamentos similares.

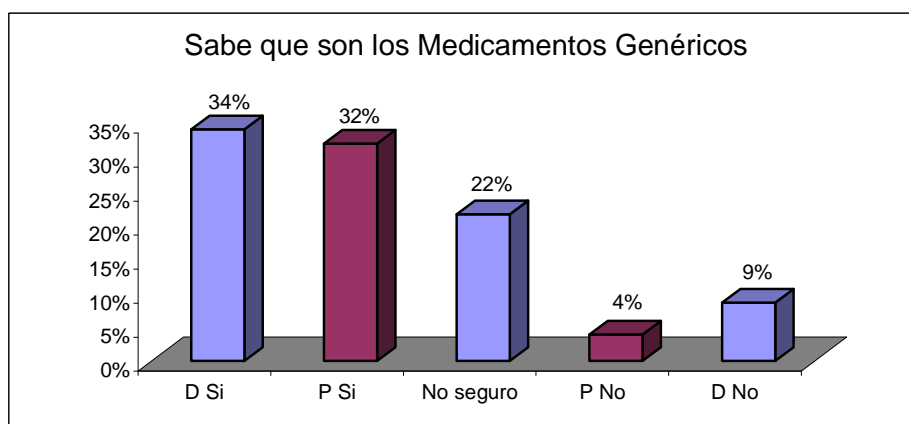


Gráfico 8

Se les pregunto a los encuestados que si sabían lo que es un medicamento genérico, de lo cual obtuvimos que: llama la atención, que el 34 % mencionó que *definitivamente si* tiene conocimiento de lo que son los medicamentos genéricos (que en las conclusiones comentaremos); mientras que el 32 % mencionó que *probablemente si* tiene conocimiento de lo que son estos medicamentos. Continuando, tenemos que sólo el 22 % mencionó que

no esta seguro de lo que son los medicamentos genéricos; mientras que por otro lado, sólo el 4 % mencionaron que *probablemente no* tengan conocimiento de lo que son estos medicamentos; y por último tenemos que sólo el 9 % nos respondió que *definitivamente no* saben lo que son los medicamentos genéricos.

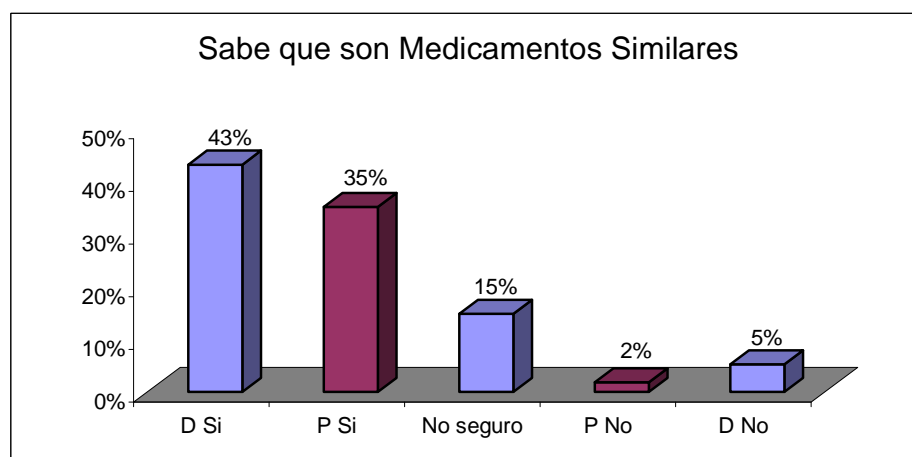


Gráfico 9

Por otro lado también se les pregunto que si sabían lo que era un medicamento similar, de lo cual obtuvimos que: el 43 % (poco menos de la mitad) de la muestra menciona que *definitivamente si* saben lo que son este tipo de medicamentos (que también comentaremos en las conclusiones); mientras que el 35 % de la misma muestra, nos menciona que *probablemente si* tengan conocimiento de lo que son este tipo de medicamentos. También obtuvimos que el 15 % de los encuestados *no están seguros* de que son los similares; mientras que sólo el 2 % *probablemente no* tengan conocimiento de lo que son estos medicamentos; y por último, tenemos que sólo el 5 % de las personas, nos contesto que *definitivamente no* saben lo que son los medicamentos similares.

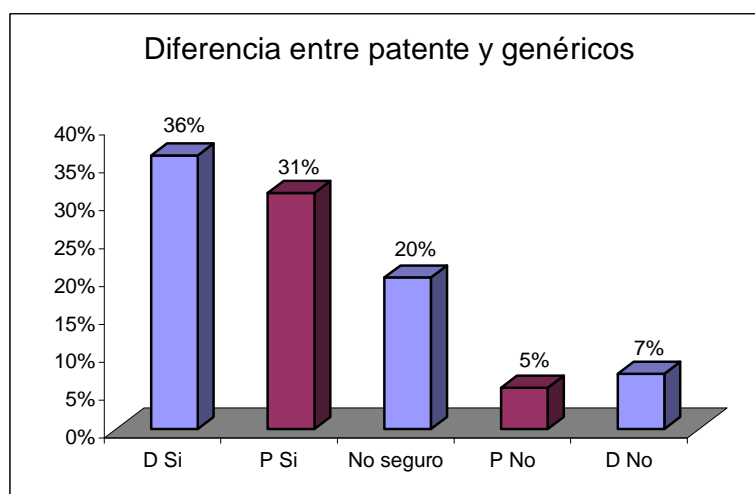


Gráfico 10

Hay que mencionar que aquí preguntamos si saben cual es la diferencia, entre los medicamentos de patente y los genéricos de lo cual esto fue lo que obtuvimos: llama la atención que el 36 % de la muestra mencionaron que *definitivamente si* saben cual es la diferencia entre medicamento de patente y un genérico; mientras que el 31 % *probablemente si* tengan conocimiento de que es lo que diferencia un medicamento de patente con un genérico; aunado a ello obtuvimos que el 20 % *no están seguras* de cual sea la diferencia entre un medicamento de patente y un genérico. Pero también tenemos que sólo el 5 % de la muestra menciona que *probablemente no* sepa cual es la diferencia entre los de patente y los genéricos; y por último también tenemos que sólo el 7 % *definitivamente no* saben cual es la diferencia entre uno de patente y un genérico.

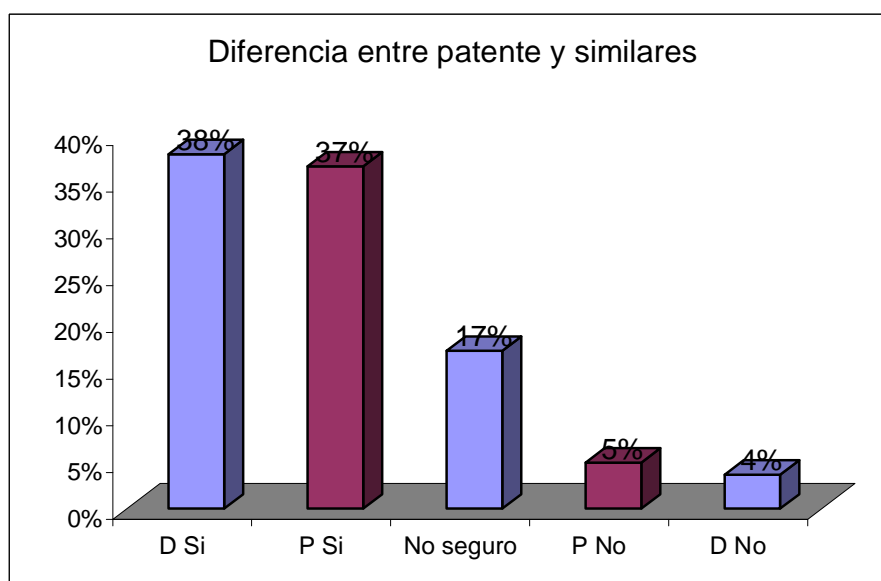


Gráfico 11

También hay que mencionar que hicimos la misma pregunta, pero ahora, referente a si saben cual es la diferencia entre los medicamentos de patente y los similares, de lo cual esto fue lo que obtuvimos: llama la atención que el 30 % de la muestra mencionó que *definitivamente si* saben cual es la diferencia entre medicamento de patente y similar (que se comentara en las conclusiones); mientras que, también el 37 % *probablemente si* tengan conocimiento de que es lo que diferencia uno de patente similar; aunado a ello tenemos que el 17 % *no están muy seguros* de saber cual es la diferencia entre un medicamento de patente sobre un similar. También hay que agregar que sólo el 5 % de la muestra menciona que *probablemente* no sepa cual es la diferencia entre los de patente y los similares; y por último tenemos que sólo el 4 % *definitivamente no* saben cual es la diferencia entre uno de patente y un similar

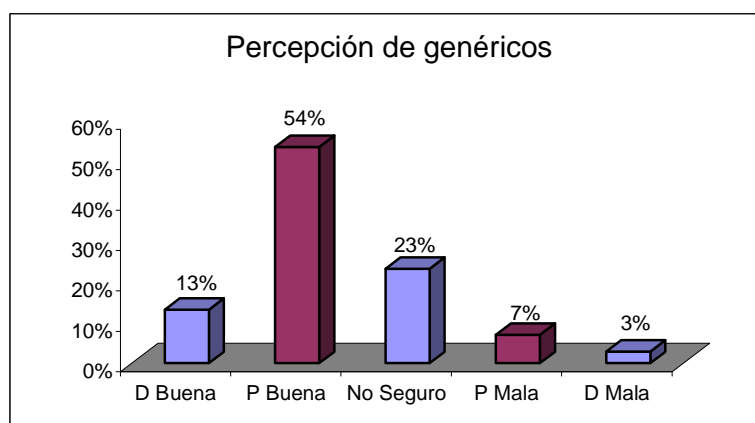


Gráfico 12

También hay que mencionar que hicimos la misma pregunta, pero referente a si saben cual es la diferencia entre los medicamentos de patente y los similares, de lo cual esto fue lo que obtuvimos: el 13 % de la muestra menciona que *definitivamente si* saben cual es la diferencia entre medicamento de patente y similar; mientras que, también el 54 % menciona que *probablemente si* tengan conocimiento de que es lo que diferencia uno de patente similar; aunado a ello tenemos que el 23 % *no están seguros* de saber cual es la diferencia entre un medicamento de patente sobre un medicamento similar. También hay que mencionar que sólo el 7 % de la muestra menciona que *probablemente no* sepa cual es la diferencia entre los de patente y los similares; y por último tenemos que sólo el 3 % *definitivamente no* saben cual es la diferencia entre uno de patente y un similar.

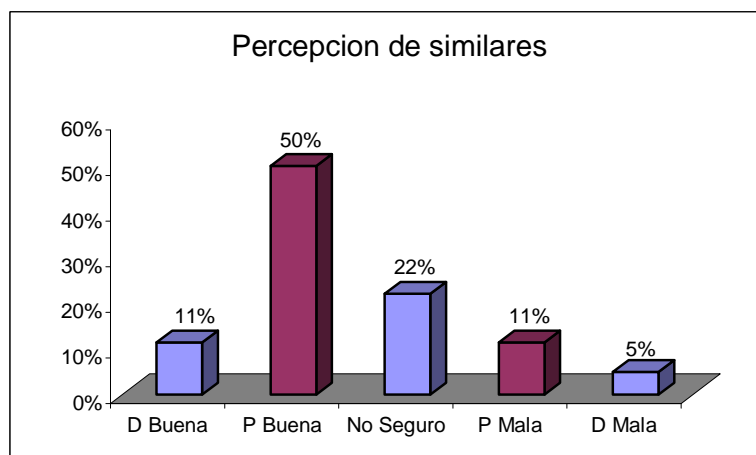


Gráfico 13

Además que también queremos saber cual es la imagen que tiene el público de los medicamentos similares, a lo cual obtuvimos que: el 11 % de los encuestados, mencionaron que *definitivamente si* tiene una buena imagen de los similares; aunque llama la atención que el 50 % (poco menos de la mitad) nos menciona que tienen *probablemente si* tienen una buena imagen de este tipo de medicamentos; además de ello, tenemos que el 22 % de la muestra nos menciona que *no están seguros*, de que la imagen de los medicamentos genéricos sea buena. Mientras que sólo el 11 % mencionaron que es *probablemente mala* la imagen de los medicamentos similares; además de que sólo el 5 % nos mencionó que la imagen de los medicamentos similares es *definitivamente mala*.

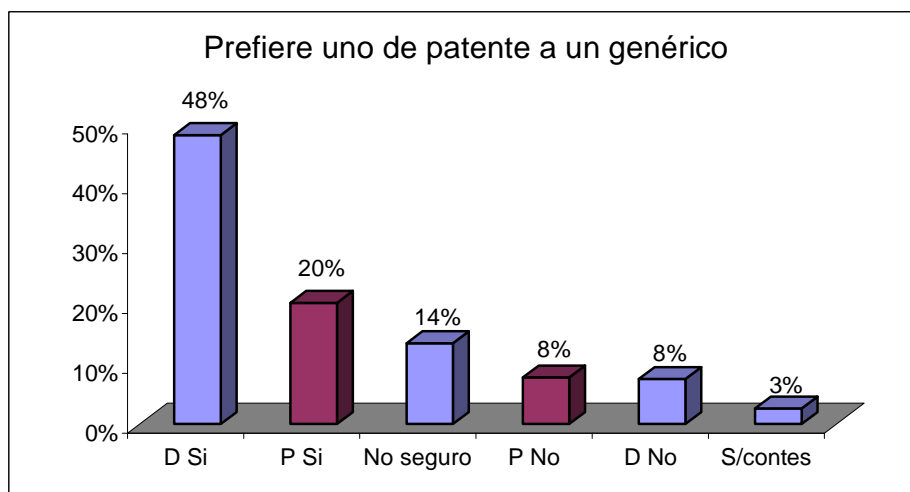


Gráfico 14

Le preguntamos a las personas que entre un medicamento de patente y un genérico, cual es el que prefería y esto fue lo que obtuvimos: llama la atención que el 48 % (poco menos de la mitad) menciona que *definitivamente si* prefiere un medicamento de patente a un genérico; mientras que el 20 % de ellos *probablemente si* prefieran un medicamento de patente a un genérico; junto con ello tenemos que el 14 % *no esta segura* de que prefiera uno de patente. Agregaremos que sólo el 8 % nos menciona que *probablemente no*, por un lado, y *definitivamente no*, por el otro, prefiera un medicamento de patente a un genérico. Por último tenemos que sólo el 3 % de las personas no saben cual preferir, pues no quisieron contestar, ya que son de las personas que prefieren un medicamento genérico.

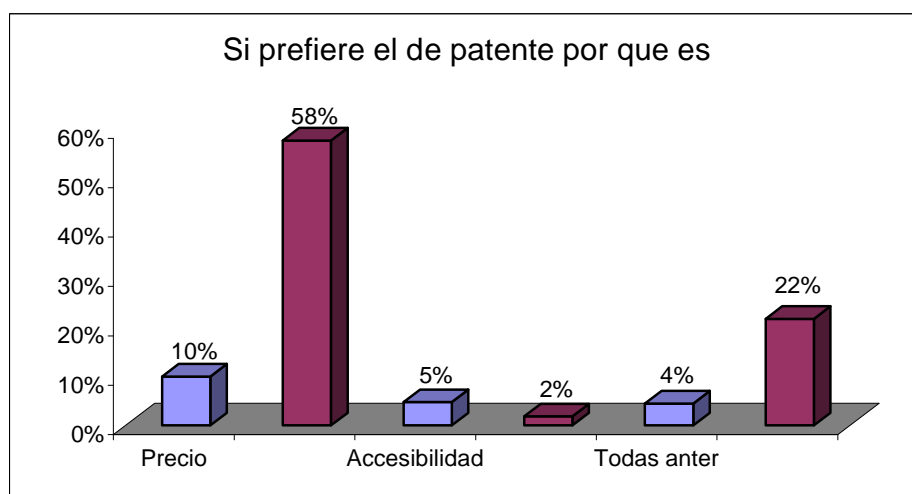


Gráfico 15

Aquí se les cuestiono, de acuerdo a ciertas características, por que preferirían uno de patente a un genérico, de lo cual obtuvimos que: el 10 % de la muestra prefiere un medicamento de patente a un genérico por el *Precio*; aunque llama la atención que el 58 % (poco mas de la mitad) prefiere el de patente por la *Calidad* sobre un genérico; mientras que sólo el 5 % mencione que prefiere uno de patente por la *Accesibilidad*; aunado a ello tenemos que sólo el 2 % lo llega preferir, por la *oportunidad* de adquirirlo; además mencionaremos de que sólo el 4 % considere de que prefiere a los de patente por *todas las características anteriores*; y por último tenemos que el 22 % no contesto esta pregunta debido a que no encontraron aquella característica que describiera por que lo prefieren o por que tal vez son de los que prefieren los genéricos.

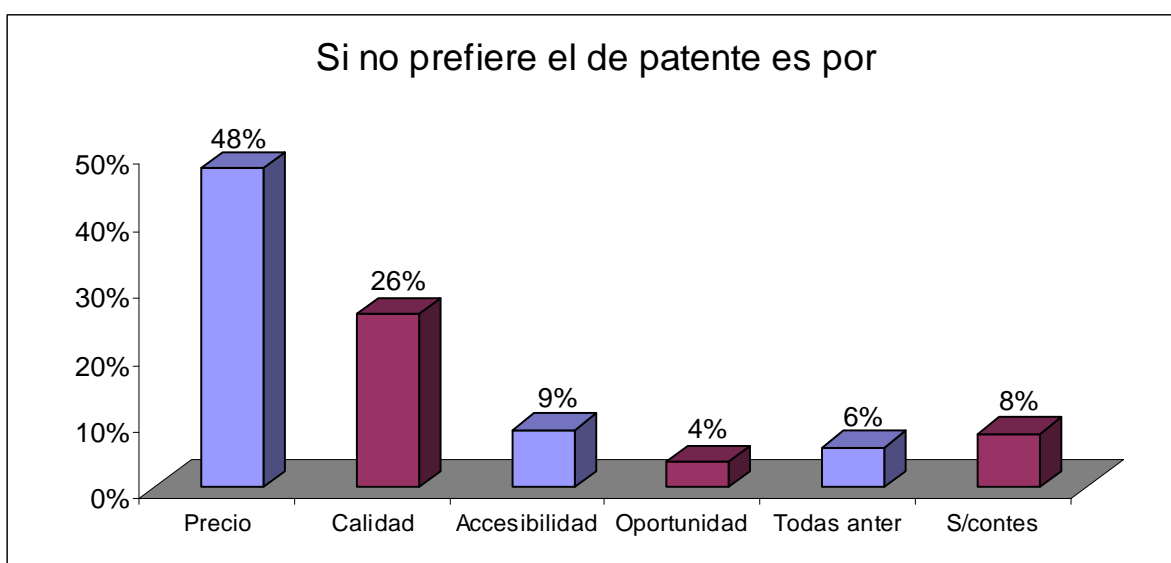


Gráfico 16

Ahora también se les pregunto, cual sería la causa por la que no preferirían un medicamento de patente a un genérico, de lo cual obtuvimos: que llama la atención que el 48 % mencionó que por el *Precio* sería una de las causas por la que no lo preferiría; mientras que el 26 % mencionó que sería por la *Calidad*; además de que el 9 %, opino que por la *Accesibilidad* sería una de las causas por las que no lo preferiría; aunado a ello, tenemos que sólo el 4 % mencionó que por la *Oportunidad* sería otra de las causas por las que no lo preferiría. Agregando, tenemos que sólo el 6 % opino que por *Todas las causas anteriores* sería por las que no preferiría un medicamento de este tipo; y por último tenemos que sólo el 8 % *no quiso contestar* esta pregunta ya que, por un lado, prefiere los medicamentos de patente, sobre los otros, sin importar como estén en cuanto a precio, calidad, accesibilidad u oportunidad, y por otro que son personas de las que prefieren los medicamentos similares, por lo tanto no le encontraron sentido a la pregunta.

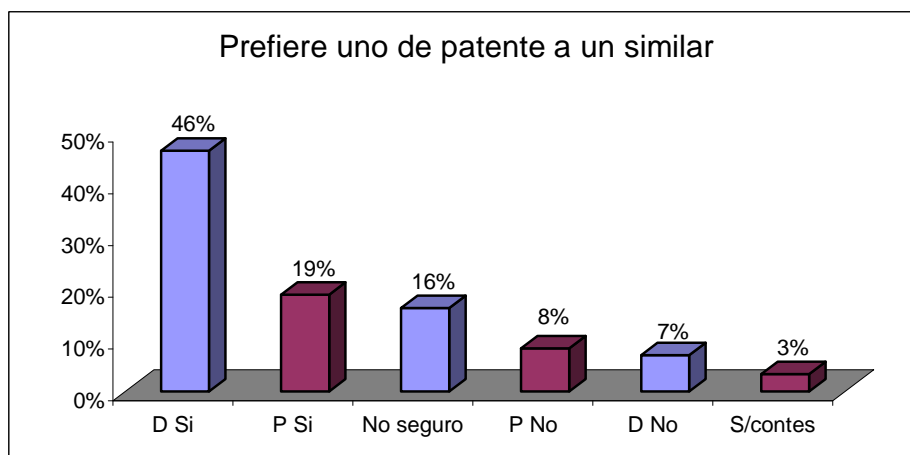


Gráfico 17

Ahora vamos a observar cual es la preferencia del público en el caso de los similares con respecto a los de patente, para lo cual obtuvimos que: llama la atención que el 46% (casi la mitad) de las personas encuestadas, mencionaron que *definitivamente si* preferían uno de patente sobre un similar; mientras que el 19 % mencionan que *probablemente si* tendría preferencia por uno de patente a un similar; aunado a que el 15 % nos menciona que *no esta seguro* de que prefiera uno de patente. Hay que agregar que sólo el 8 % *probablemente no* preferiría uno de patente; mientras que sólo el 7 % personas *definitivamente no* preferirían uno de patente a un similar; y por último tenemos que sólo el 3 % *no contesto* esta pregunta por que no le encuentran sentido ya que están muy identificados y su preferencia se inclina completamente a los de patente, por un lado y por el otro son personas que prefieren un medicamento similar

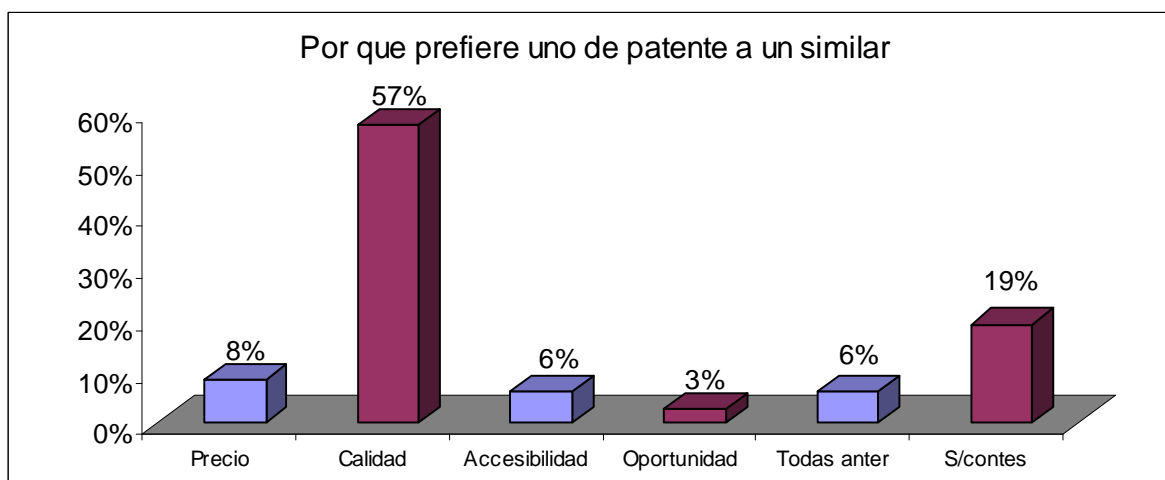


Gráfico 18

En este caso vamos a ver por cuales de las siguientes razones una persona prefiere un medicamento de patente a un similar y esto fue lo que se obtuvo: el 8 % prefiere un medicamento de patente a un similar por el *Precio*; aunque llama la atención que el 57 % (poco más de la mitad) prefiere el de patente por la *Calidad* que este brinda; agregando, tenemos que sólo el 6 % prefiere el de patente por la *Accesibilidad*; además de que sólo el 3%, de las personas prefieren el de patente por la *Oportunidad* de adquirirlo; aunque también tenemos que sólo el 6 % dice que lo prefiere uno de patente a un similar, debido a que reúne, *todas las características* anteriores que el de patente ofrece; y por último tenemos que el 19 % no quiso contestar esta pregunta ya que, posiblemente el de patente, sea el que tenga que adquirir, por que así se lo prescribe su médico y no le da otras opciones, además de que no lo cuestiona la decisión del médico.

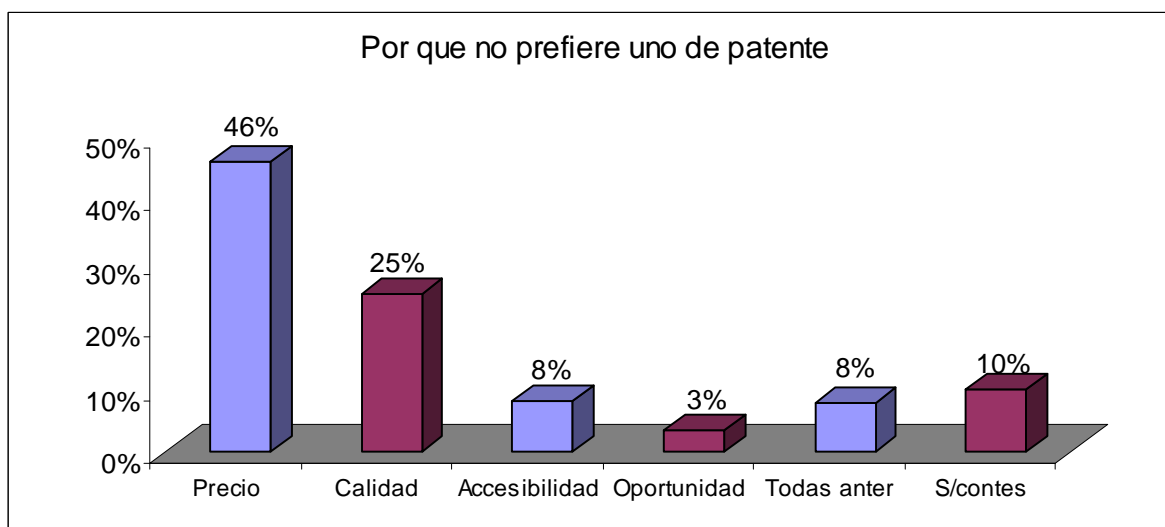


Gráfico 19

Ahora, al igual que en el caso de los medicamentos genéricos, aquí también se les hizo esta misma pregunta, pero a hora referente a los medicamentos similares; de cuales serían las causas por las que no preferiría un medicamento de patente de lo cual obtuvimos lo siguiente: llama la atención que el 46 % (poco menos de la mitad), dice que no preferiría el de patente, por el *Precio* que este producto ofrece; mientras que el 25 % menciona que si no lo prefiriera, seria por la *Calidad* que ofrece este producto; aunado a ello tenemos que sólo el 8 %, dice que si no lo preferiría, seria por la *Accesibilidad* del producto, pues lo adquiriría con facilidad. Agregaremos que sólo el 3 % de las personas, dice que no lo preferiría por la *Oportunidad*; aunque también, sólo el 8 % menciona que si no preferiría el de patente sería por *todas las atribuciones anteriores*; y por último tenemos que, también, el 10 % no quiso contestar esta pregunta debido a que, sin otro motivo, prefieren los medicamentos de patente, causa por la cual encontraron esta pregunta sin sentido, por un lado y por el otro, son de las personas que consumen este tipo de medicamentos.

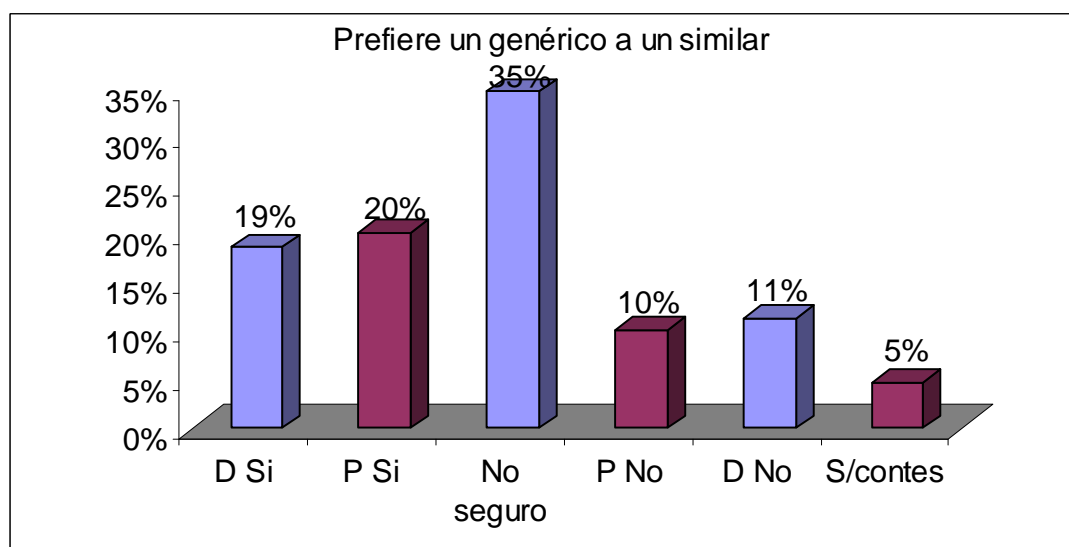


Gráfico 20

Ahora en esta pregunta se les pidió que entre los medicamentos genéricos y los similares (sin importar si tiene preferencia por los de patente) cual preferiría y de acuerdo a la muestra obtuvimos lo siguiente: el 19 % de los encuestados, mencionan que *definitivamente si* prefieren un genérico a un similar; aunque también, el 20 % de la muestra nos dicen que *probablemente si* preferirían un genérico a un similar. Sin embargo, llama la atención que el 35 % mencionó que *no están seguros* de si preferirían un medicamento genérico a un similar; aunque también el 10 % de los encuestados, mencionaron que *probablemente no*; mientras que el 11 % mencionó que *definitivamente no* preferirían el genérico sobre el similar; y por último tenemos que sólo el 5 % no quiso contestar a esta pregunta, ya que hacen hincapié de que prefieren totalmente, los de medicamentos de patente, sobre un medicamento genérico o un similar, por lo que encontraron sin sentido esta pregunta.

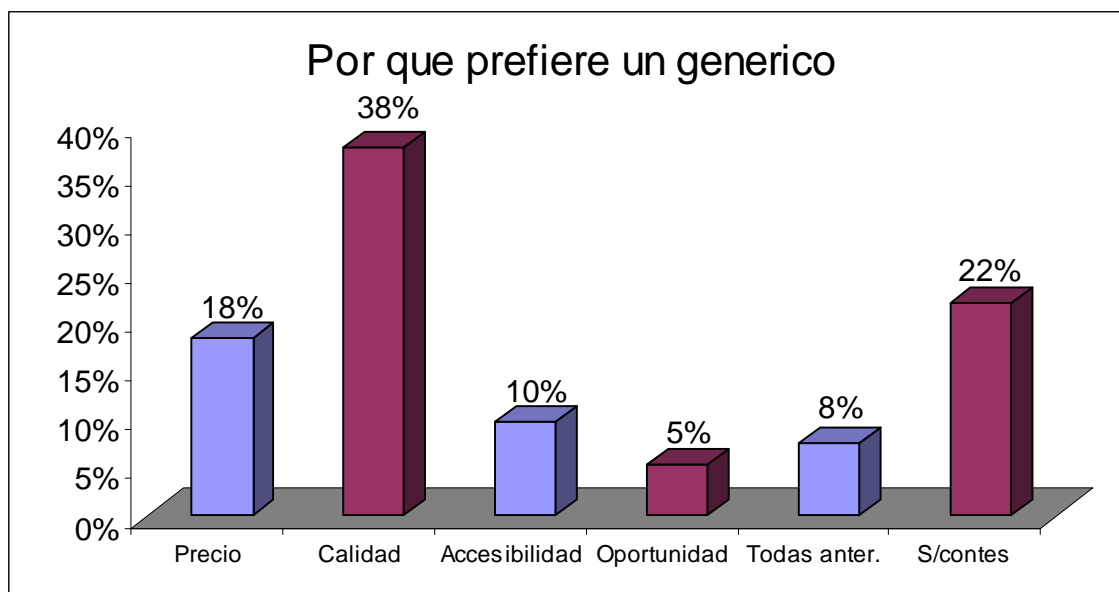


Gráfico 21

Ahora se les preguntó que de acuerdo con las características antes mencionadas (entre medicamentos de patente con genéricos y/o similares), cuales serían las cualidades, por las cuales, preferirían un medicamento genérico y un similar, de lo cual obtuvimos: que el 18 % de la muestra nos mencionó, que si preferiría un genérico a un similar sería por el *Precio*; aunque llama la atención que el 38 % de la misma, nos mencionó que si tuviera preferencia por el genérico sería por la *Calidad* que ofrece este tipo de producto; aunado a ello tenemos que sólo el 10 % menciona que prefiriera un genérico a un similar sería por la *Accesibilidad* de este tipo de producto. Hay que agregar que sólo el 5 % menciona que si lo preferiría sería por la *Oportunidad* que ofrece el producto para adquirirlo; mientras que sólo el 8 % nos menciona, que si lo preferiría sería por que este producto reúne *Todas las anteriores* características; y por último tenemos que el 22 % de la muestra no quiso contestar esta pregunta debido a que prefieren los medicamentos de patente y no lo cambiarían por otro tipo de producto.

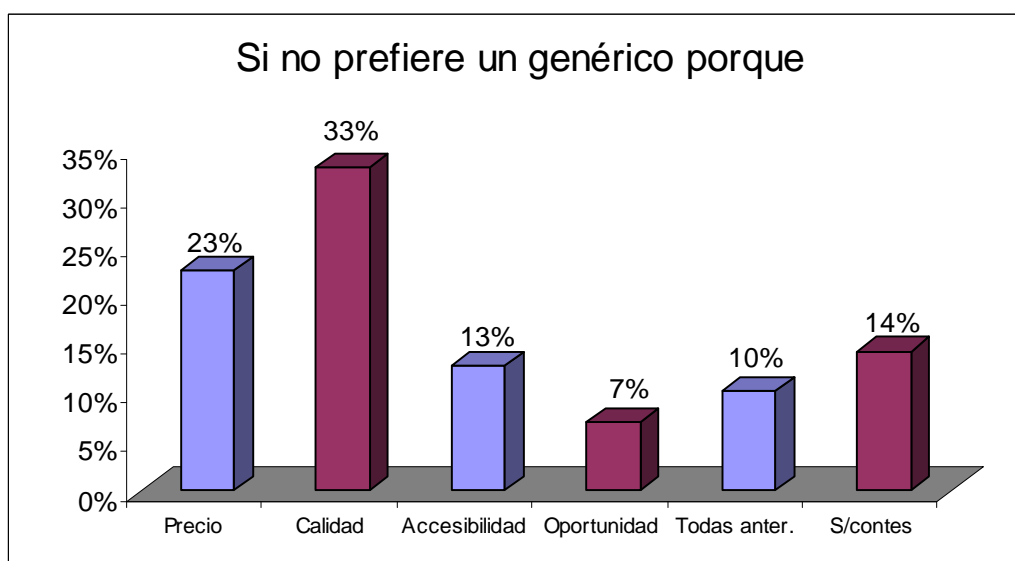


Gráfico 22

Ahora tenemos que (al igual entre genéricos y similares contra los de patente) les preguntamos que cuales serian las causas por la cuales no preferirían un medicamento genérico sobre un similar, y esto fue lo que obtuvimos: el 23 % de la muestra nos mencionó que si no prefiriera un genérico a un similar sería por el *Precio*; llama la atención que el 33% de la muestra menciona que si no prefiriera un genérico sería por la *Calidad* que ofreciera este producto. Hay que agregar que el 13 % de la muestra menciona que si no prefiriera un genérico a un similar sería por que no tiene la *Accesibilidad* para adquirirlo; del mismo modo se observa que sólo el 7 % no cuenta con la misma *Oportunidad* de adquirirlo; mientras que el 10 % menciona que sería por *todas la causas anteriores* por las cuales no compraría un genérico; y por último, también tenemos que el 14 % no quisieron contestar esta pregunta ya que esta muy identificados con los de patente, causa por la cual no le encontraron sentido a la pregunta.

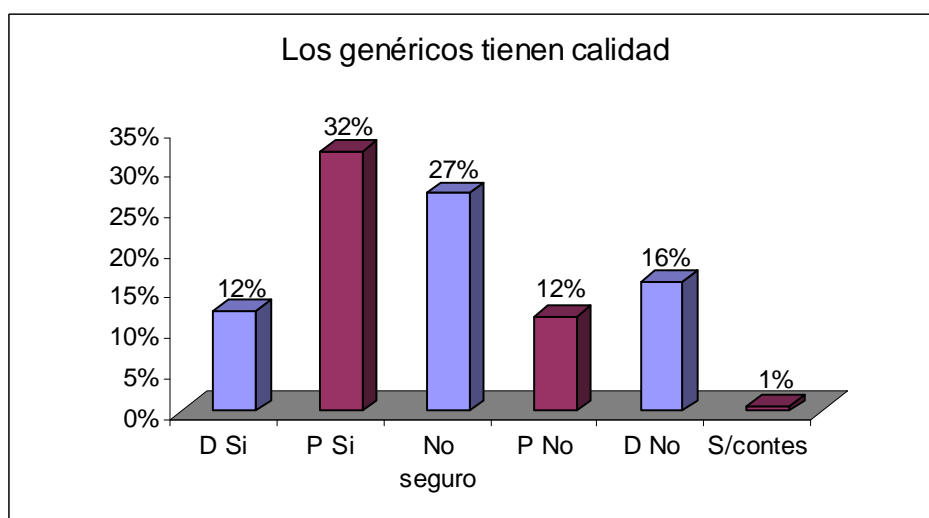


Gráfico 23

De acuerdo con las encuestas aplicadas a las personas, tenemos que el 12 % de los entrevistados, consideró que los medicamentos genéricos *definitivamente si* tienen la misma calidad que los medicamentos de patente; llama la atención que el 32 % consideró que los medicamentos genéricos *probablemente si* tengan la misma calidad que los de patente; aunque también, llama la atención que el 27 % mencionó *no estar segura* de que los medicamentos genéricos tengan la misma calidad. Hay que agregar que el 12 % consideró que los medicamentos genéricos *probablemente no* tengan la misma calidad; además el 16%, menciona que los medicamentos genéricos *definitivamente no* tienen la misma calidad, y por último sólo el 1 % de los encuestados, prefirió *no contestar*, debido a que consumen preferentemente medicamentos de patente y es el único tipo de medicamentos que utiliza, pues les brinda mucha confianza.

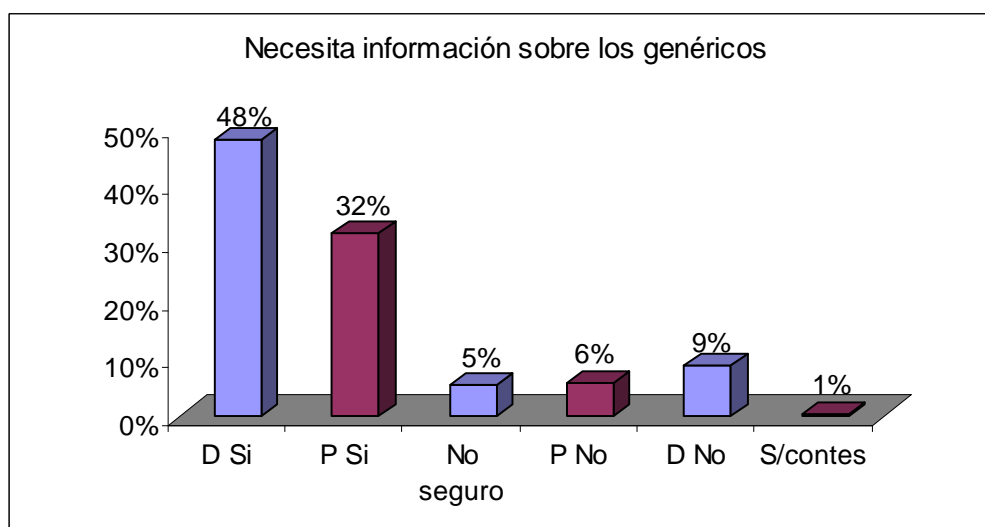


Gráfico 24

Continuando con las personas encuestadas, tenemos que llama la atención que el 48% de la muestra consideró que *definitivamente si*, necesitaría de información para aceptar que los medicamentos genéricos son de calidad; además también hay que mencionar que el 32 %, mencionó que *probablemente si* necesitaría de información para aceptar que los medicamentos genéricos tienen calidad. Hay que agregar que sólo el 5 % mencionó *no estar segura* de que necesitaría de información; aunado a ello encontramos que sólo el 6 % considero que *probablemente no* necesitaba de información; además de que el 9 % mencionó que *definitivamente no* necesita de información; y por último sólo el 1 % decidieron *no contestar*, pues consumen medicamentos de patente, de los cuales reconocen que no necesitan de otro producto para la satisfacción de sus necesidades.

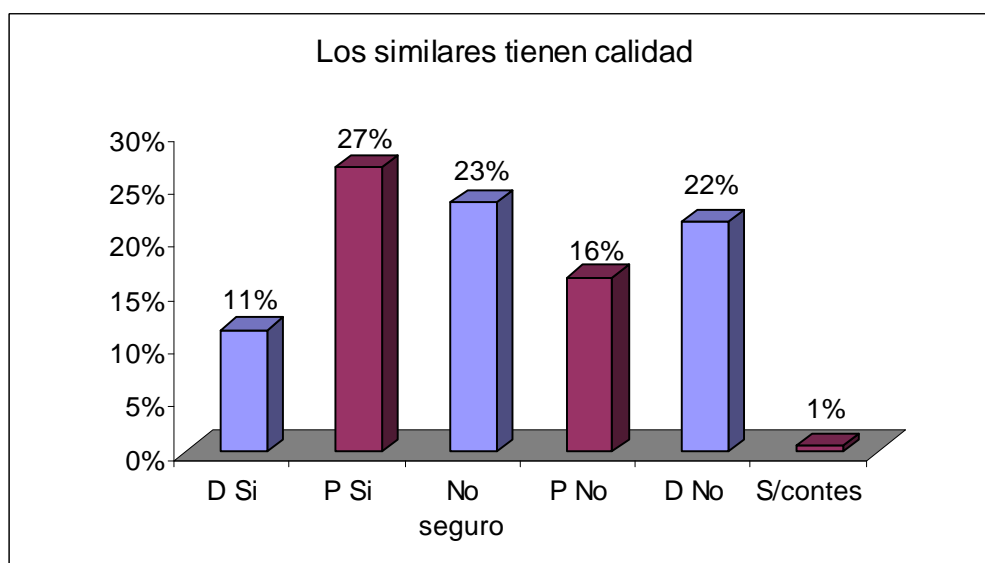


Gráfico 25

En esta pregunta tenemos que de acuerdo con las personas encuestadas, el 11 % considera que *definitivamente si*, los medicamentos similares tienen la misma calidad que los de patente; aunque llama la atención que el 27 % considera que *probablemente si*, tienen la misma calidad (o sea que no confían plenamente en esta clase de medicamentos); aunque también hay que observar que el 23 % de los encuestados *no esta seguro* de que los medicamentos similares sean de calidad. También hay que agregar que el 16 % de los entrevistados piensan que *probablemente no* tienen calidad los similares; mientras que el 22% consideran que *definitivamente no* tienen calidad; y por último sólo el 1 % de los encuestados, prefirieron no contestar, debido a que argumentan que prefieren los medicamentos de patente y que no consumirían los similares por la seguridad que les proporcionan.

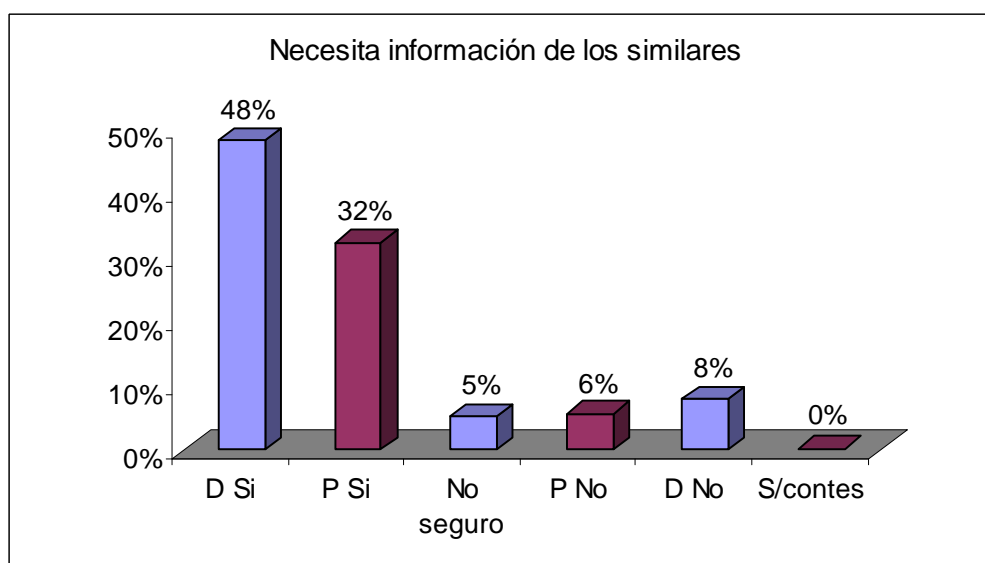


Gráfico 26

Continuando con la pregunta No. 21, tenemos que de los entrevistados, llama la atención que el 48 % de ellos, consideran que *definitivamente si* necesitan de información para considerar que los medicamentos similares tienen calidad; mientras que el 32 % creen que *probablemente si* necesitan información para aceptar que los medicamentos similares son de calidad, pues dudan de la confianza que les pueden asegurar este tipo de medicamentos; aunque también hay que señalar sólo el 5 % de las personas encuestadas considera, que *no esta seguro* de necesitar información para aceptar que los similares tienen calidad. Hay que agregar que sólo seis el 6 % personas de las encuestadas consideran que *probablemente no* necesitan información para aceptar que los similares tienen calidad; y por último tenemos que sólo el 8 % considera que *definitivamente no* necesitan de ninguna información, ya que han utilizado este tipo de medicamentos y les han satisfecho su necesidad.

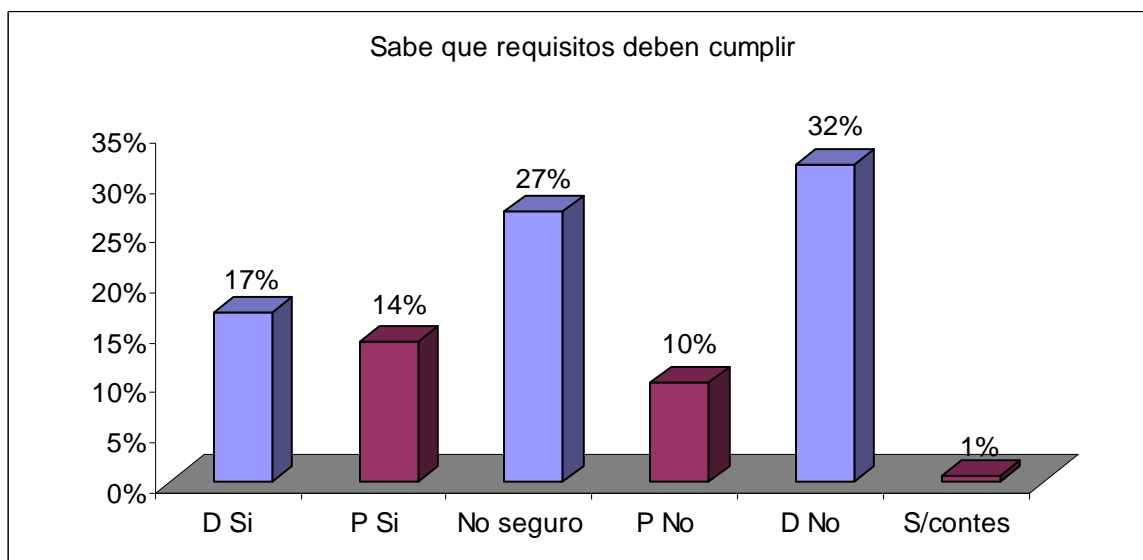


Gráfico 27

En la siguiente pregunta tenemos que el 17 % de los encuestados consideran que *definitivamente si* saben que requisitos deben reunir los medicamentos genéricos y similares para que se permita su comercialización; mientras que el 14 % considera que *probablemente si* tiene conocimiento de cuales son los requisitos que tienen que cumplir para que permitan su comercialización, ya que no están completamente seguros de que requisitos deben de reunir; llama la atención que el 27 % cree que *no esta seguro* de saber que requisitos deben de cumplir los medicamentos genéricos y similares para que se puedan comercializar. Además hay que agregar que sólo el 10 % parte de los entrevistados, cree que *probablemente no* tenga conocimiento de que requisitos deban de cumplir los medicamentos genéricos y similares para comercializarse; aunque también llama la atención que el 32 % de los encuestados *definitivamente no* saben cuales requisitos deben de cumplir los medicamentos genéricos y similares; y por último tenemos que sólo el 1 % se *abstuvieron de contestar* esta pregunta debido a que tienen preferencia por lo medicamentos de patente.

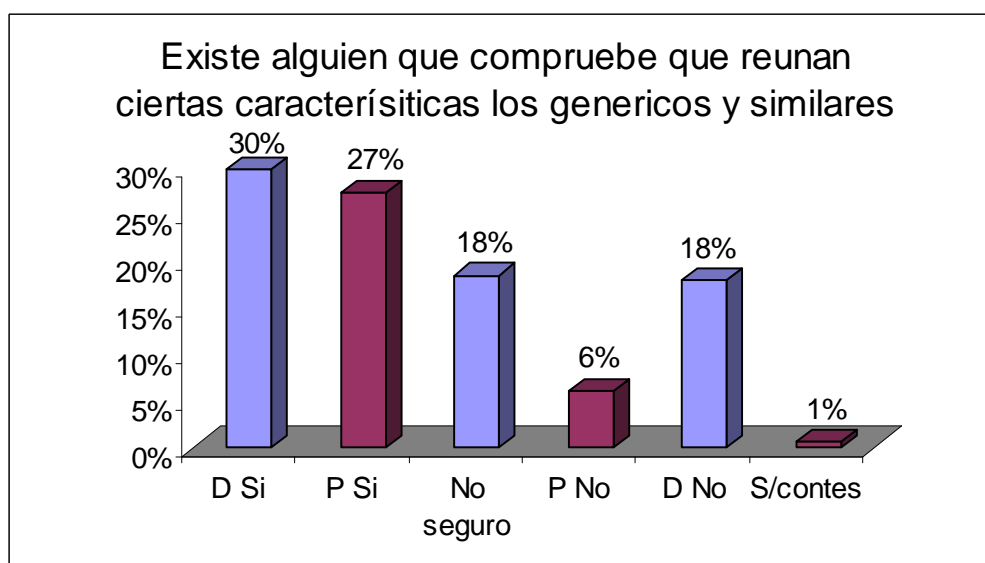


Gráfico 28

Para esta pregunta, llama la atención que el 30 % de las personas a las que se le aplicó la encuesta, *definitivamente si* consideran que exista alguna entidad que se encargue de comprobar de que los medicamentos genéricos y similares reúnan determinados requisitos o características, para que sean aprobados y se permita su comercialización; y también llama la atención que el 27 % considera que *probablemente si* exista alguien que se encargue de comprobar que reúnan ciertos requisitos. Hay que agregar que el 18 % de los encuestados consideran *no estar seguros* de que exista una entidad encargada de verificar que reúnan ciertos requisitos; además sólo el 6 % consideraron que *probablemente no* exista alguna entidad de verificar que reúnan ciertas características; mientras que también tenemos que el 18 % de la muestra consideran que *definitivamente no* existe una entidad encargada de verificar que los genéricos y similares reúnan ciertos requisitos; y por último sólo el 1 % entrevistados *no decidieron contestar* esta pregunta debido a que prefieren los medicamentos de patente.

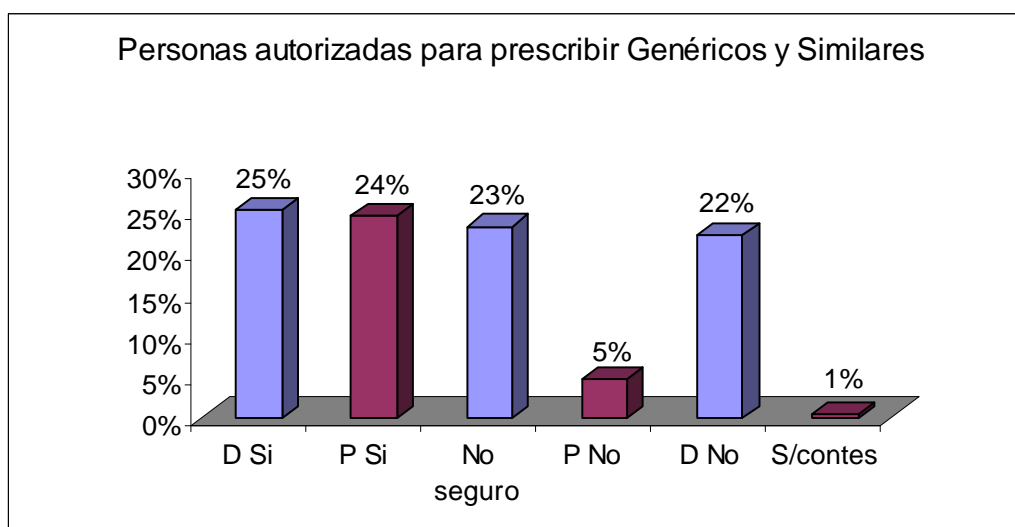


Gráfico 29

En esta pregunta tenemos que, de las personas encuestadas, llama la atención que el 25 % manifestaron que *definitivamente si* saben que personas están facultadas para prescribir medicamentos genéricos; de igual manera, el 24 % de los entrevistados mencionaron que *probablemente si*, tienen conocimiento de que personas están facultadas para prescribir medicamentos genéricos y aun todavía, se puede observar que también el 23 % de las personas entrevistadas, *no esta seguro* de saber quienes están facultados para prescribir medicamentos genéricos. Hay que agregar que en contraste sólo el 5 % mencionaron que *probablemente no* conozcan quien es la persona autorizada para prescribir medicamentos genéricos; aunque también el 22 % de los encuestados manifestaron que *definitivamente no* tengan la certeza de quienes son los únicos que pueden prescribir medicamentos genéricos; y por último tenemos que sólo el 1 % no quiso contestar esta pregunta, debido a que como tienen preferencia sobre los medicamentos de patente y por que son los más comúnmente recetados, además de que son a los que les tienen mayor confianza, y no ponen en tela de juicio la decisión del médico, cuando les recetan un medicamento de patente.

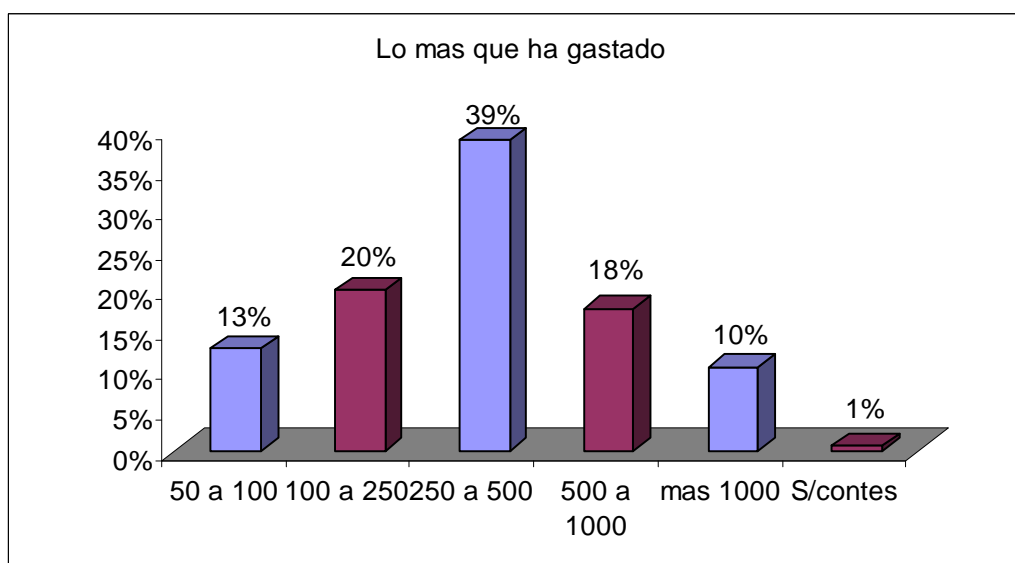


Gráfico 30

En esta pregunta registramos que de acuerdo a las personas encuestadas, el 13 %, lo más que ha gastado en medicamentos es, alrededor de *cincuenta y cien pesos*; mientras que, el 20 % nos manifestaron que lo máximo que han gastado ha sido entre *cien y doscientos cincuenta pesos* en medicamentos; y llama la atención que el 39 % de los encuestados lo máximo que han gastado en medicamentos, es alrededor de entre *doscientos cincuenta y quinientos pesos*. Hay que agregar que el 18 % de los entrevistados, mencionan que han gastado por mucho en medicamentos de entre *quinientos y mil pesos*; aunado a que sólo el 10 % han llegado a gastar hasta *mas de mil pesos* en medicinas, para satisfacer su necesidad de salud; y por último tenemos que de los encuestados sólo el 1 % se abstuvo de contestar esta pregunta, debido a que no encontraron razón por la que tenían que describir cuanto han gastado en medicamentos.

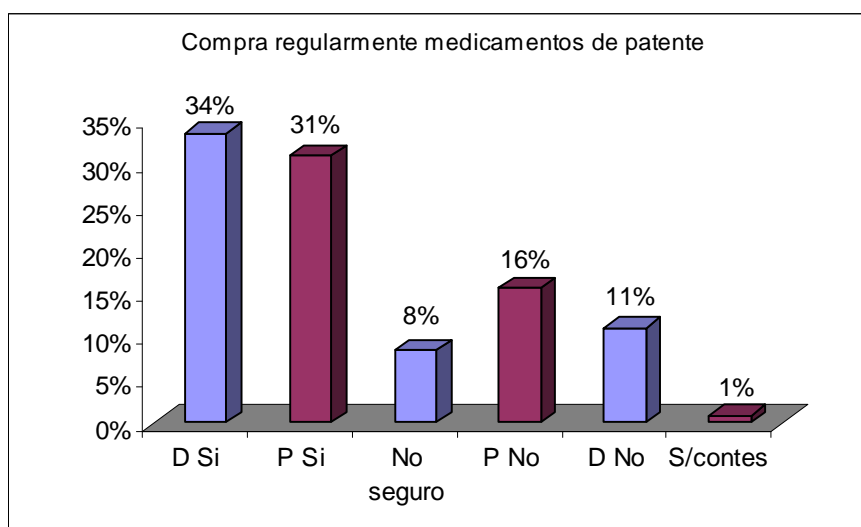


Gráfico 31

De las personas encuestadas, tenemos que llama la atención el 34 % *definitivamente si* compran regularmente medicamentos de patente; mientras que el 31 % de los entrevistados manifestaron que *probablemente si* compran regularmente medicamentos de patente; y mientras que sólo el 8 % nos manifestaron que *no están seguros* que compran medicamentos de patente con regularidad. Hay que agregar que el 16 % nos comentaron que *probablemente no* compran con regularidad los medicamentos de patente; y al igual que ellos, el 11 % nos señalaron que *definitivamente no* compran medicamentos de patente con regularidad; y por último tenemos que sólo uno el 1 %, *no quiso responder* a esta pregunta debido a que son de los pocos que no encontraron objeto de responderla debido a que consumen solamente medicamentos genéricos o similares, o por el otro lado gozan de buena salud, por lo que no consumen medicamentos continuamente.

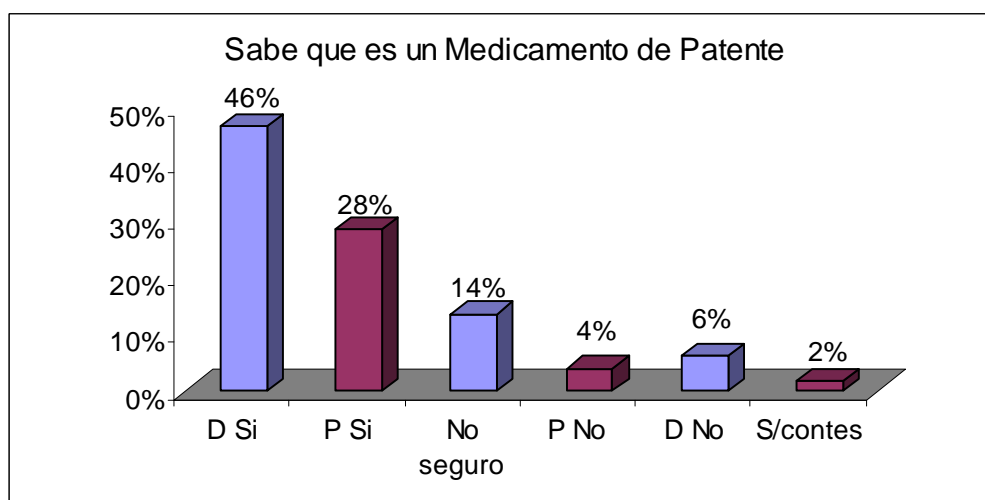


Gráfico 32

En esta pregunta nos encontramos que llama la atención que el 46 % de los encuestados, manifestaron que *definitivamente si* saben los que es un medicamento de patente (bueno, eso expresan ellos, claro que después se tratara sobre este punto en las conclusiones) y todo el proceso que sigue para la creación de un medicamento nuevo; además también llama la atención que el 28 % de los entrevistados nos mencionaron que *probablemente si* saben lo que es un medicamento de patente; aunque en contraste tenemos que el 14 % de ellos nos mencionaron que *no están muy seguros* de lo que es un medicamento de patente; pero hay que agregar que sólo el 4 % personas, nos hicieron saber que *probablemente no*; y que el 6 % *definitivamente no* saben en realidad lo que es un medicamento de patente; y para finalizar en esta pregunta tenemos que sólo el 2 % de las personas, no nos quiso contestar esta pregunta, ya por un lado tenían preferencia por lo medicamentos genéricos o los similares, o por que, tal vez no querían verse contradiciendo el hecho de que saben lo que es un medicamento de patente. Esto viene a mención, ya que se les incluyo una pregunta abierta, en la cual que nos mencionaran que es un medicamento de patente, a lo cual hubo personas que no contestaron.

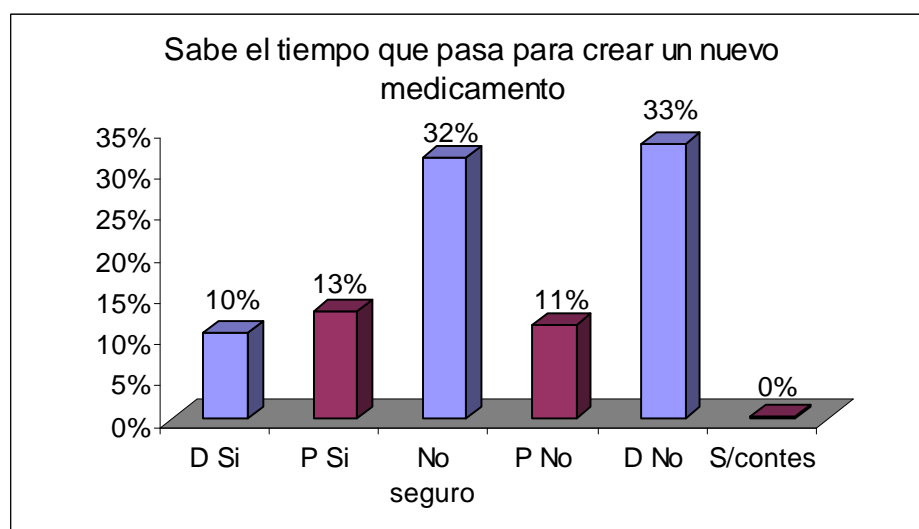


Gráfico 33

En esta pregunta tenemos que se le preguntó a la gente si sabían cuanto tiempo pasa para la creación de un nuevo medicamento, de lo cual obtuvimos lo siguiente: por un lado el 10 % nos contestó que *definitivamente si* sabe cuanto tiempo pasa para que un medicamento de patente sea creado; además de que el 13 % nos respondió que *probablemente si*, saben el tiempo que pasa para la creación de un nuevo medicamento de patente; aunque llama la atención que el 32 % nos contestó que *no esta completamente seguro* de cuanto tiempo pasa; aunque hay que mencionar, que sólo el 11 % nos respondió que *probablemente no* sabe cuanto tiempo pasa; y por el otro lado, también llama la atención que el 33 % de los encuestados nos contestaron que *definitivamente no* saben cuánto tiempo transcurre para que sea creado un nuevo medicamento de patente. Bueno al menos hasta aquí toda la gente nos contestó esta pregunta y no hubo quienes dejaron de hacerlo.

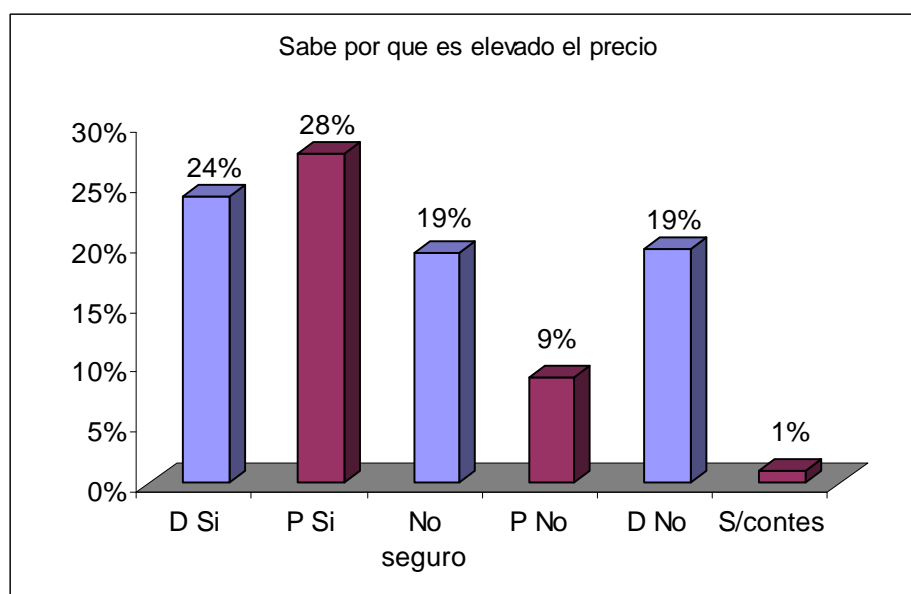


Gráfico 34

Aquí se les cuestionó que si sabían por que el precio de los medicamentos de patente, llega a ser tan elevado o alto, de lo cual obtuvimos lo siguiente: llama la atención que el 24 % de los encuestados, nos mencionaron que *definitivamente si* saben por que por el cual, el precio llegaba a ser tan alto; y también llama la atención que el 28 % de la muestra no manifestaron que *probablemente si* sabían las causas por las que llegaba a ser tan alto el precio. Junto con esto tenemos que el 19 % de los encuestados mencionaron *no estar seguros* de por que el precio era tan alto; además de que sólo el 9 % de ellos nos contestó que *probablemente no* estaban seguros por que llegaba a ser el precio tan elevado; además que el 19 % de la muestra nos hizo mención de que *definitivamente no* sabían cuales eran las causa por las que el precio de los medicamentos de patente llegaba a ser tan alto. Por último tenemos que sólo el 1 % personas no quiso contestar esta pregunta debido a que no saben exactamente por que difieren en el precio y que tiene que ver con lo que es un medicamento de patente.

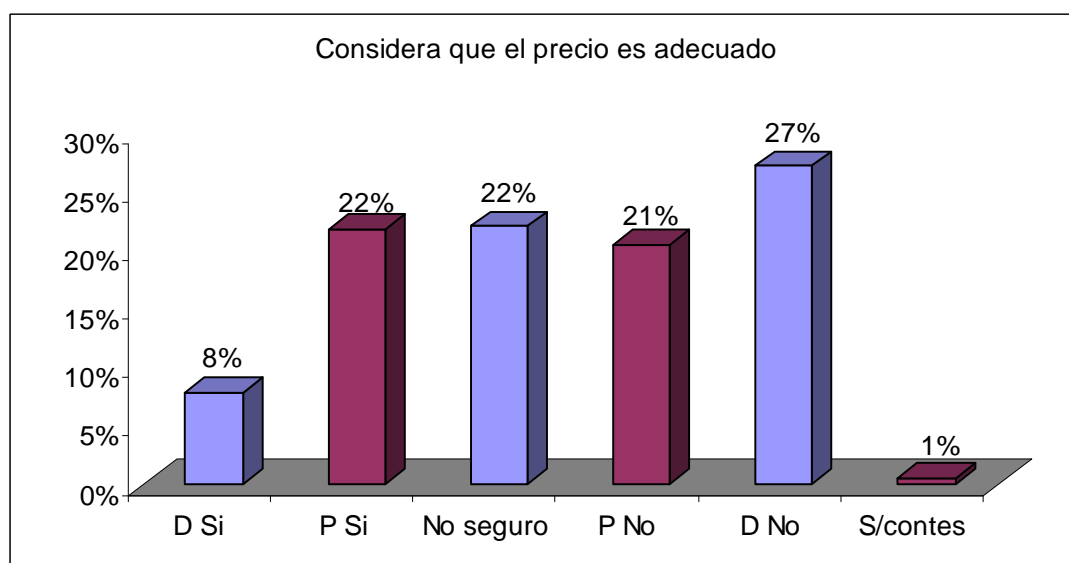


Gráfico 35

Parte de las preguntas que se hicieron tenemos que queríamos que juzgaran los encuestados, si consideraban que si el precio que tienen los medicamentos de patente es el adecuado, de lo cual obtuvimos lo siguiente: el 8 % de las personas encuestadas nos manifestó que *definitivamente si* consideran que los precios de los medicamentos de patente es adecuado, de acuerdo a su conocimiento, lo cual tiene que ver con un medicamento de este tipo; mientras, tenemos llama la atención que el 22 % de los encuestados, nos contestaron que *probablemente si*, mientras que muy parecido, el 22 % *no están seguros* de que el precio de los medicamentos de patente sea le adecuado. Aunque también hay que agregar que el 21 % de los entrevistados creen que *probablemente si* el precio de los medicamentos de patente es adecuado; aunque, hay que mencionar que llama la atención el 27 % de los mismos creen que *definitivamente no* es adecuado el precio de los medicamentos de patente; y por último tenemos que sólo el 1 % de las personas encuestadas *no quiso contestar* esta pregunta, pues no considero relevante responder a esta pregunta.

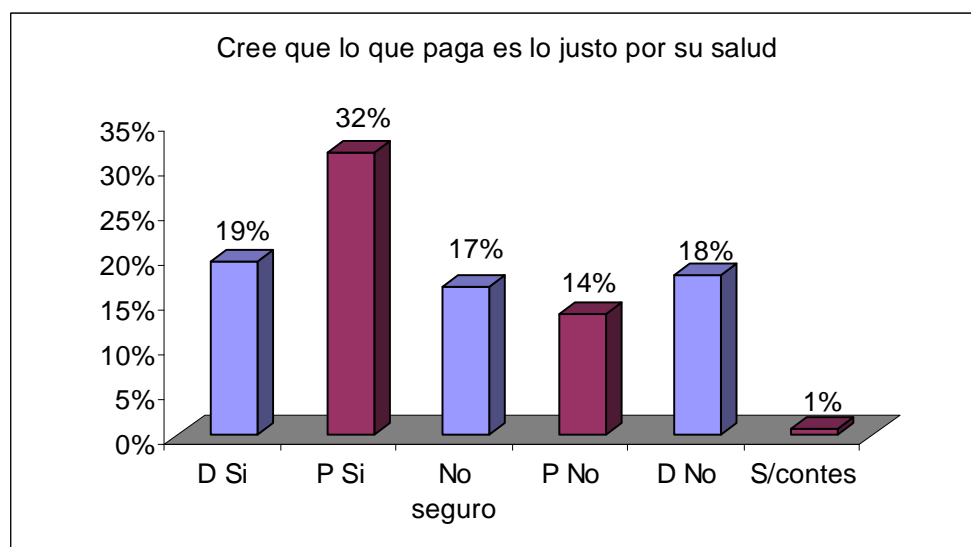


Gráfico 36

Igual que en la anterior pregunta, quisimos saber la opinión de la gente acerca de que si cree que el precio que llega a pagar por un medicamento de patente, es lo justo por recuperar su salud, a lo cual tenemos los siguiente: el 19 % de los encuestados, nos mencionaron que *definitivamente si* están de acuerdo, en que lo que pagan por un medicamento de patente, es un precio justo por su salud; aunque llama la atención que el 32 % opinan que *probablemente si* están de acuerdo en el precio que pagan, es lo justo; además de que solo el 17 % de ellos, *no están seguros* de que lo que pagan por un medicamento de patente sea lo justo por su salud. También hay que agregar que el 14 %, considera que *probablemente no* es justo lo que paga por su salud; además que el 18 % de los encuestados considera que *definitivamente no* es justo lo que paga por su salud; y por ultimo tenemos que solo el 1 % de las personas no contesto esta pregunta pues no sabe realmente cuanto es lo que esta dispuesto a pagar por su salud.

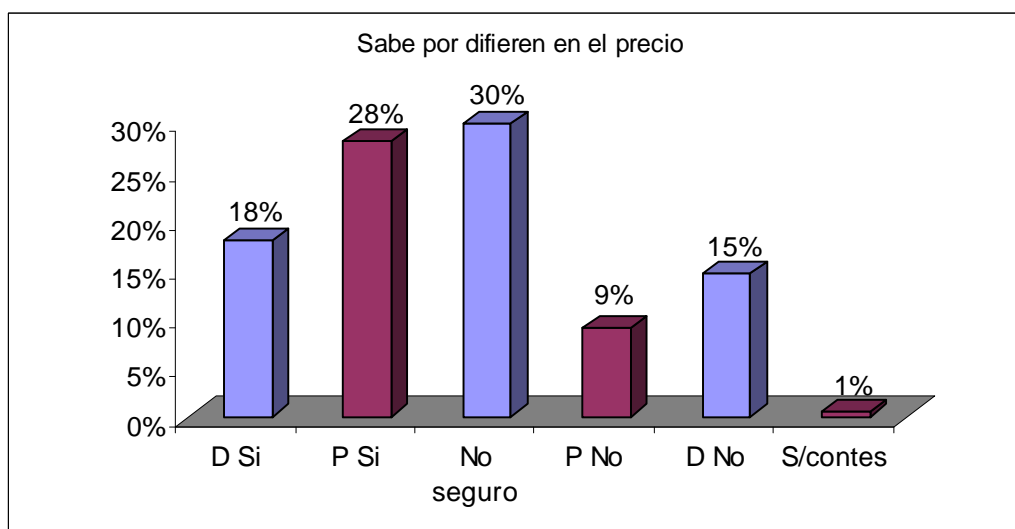


Gráfico 37

Aquí tenemos que preguntamos a los encuestados que si saben por que llegan a diferir en su precio los medicamentos de patente con los medicamentos genéricos y similares; y esto fue lo que encontramos: el 18 % de la muestra, nos respondieron que *definitivamente si* saben las causas por las que llegan a diferir en los precios, los medicamentos de patente y los medicamentos genéricos y/o similares; aunque llama la atención que el 28 % de los mismos mencionaron que *probablemente si* sepan por que difieren en los precios, aunado a ello, también llama la atención que el 30 % de la muestra nos mencionaron *no estar seguros* de por que llegan a diferir los medicamentos de patente y los genéricos con respecto a su precio. Hay que agregar que sólo el 9 % nos respondieron que *probablemente no* están seguros por ocurre esta diferencia; pero también tenemos que el 15% cree que *definitivamente no* están seguros por ocurre esto; y por último sólo el 1 % personas, no contesto esta pregunta debido a que no consideraron importante, lo que se les preguntaba.

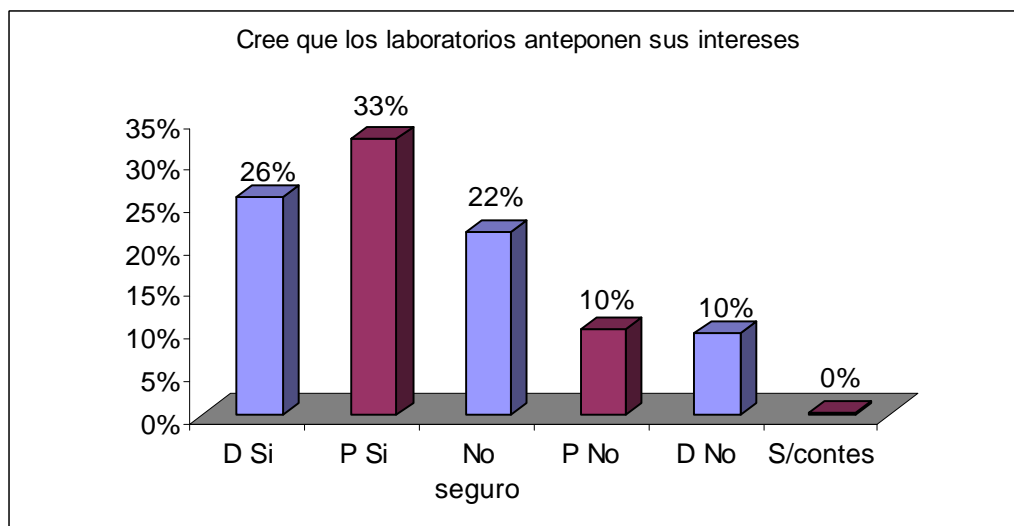


Gráfico 38

Solicitamos la opinión de los encuestados para saber, si creen de que el hecho de que sean más caros los medicamentos de patente, es por que los laboratorios transnacionales anteponen sus intereses y obtuvimos lo siguiente: el 26 % de la muestra nos mencionó que *definitivamente si* creen los laboratorios anteponen sus intereses; aunque llama la atención que el 33 % creen que *probablemente si* antepongan sus intereses los laboratorios; mientras que solo poco el 22 % de los encuestados consideran *no estar seguros* de que los laboratorios antepongan sus intereses. Hay que también hacer mención por un lado, de que el 10 % cree que *probablemente no* y por el otro lado, que *definitivamente no* los laboratorios anteponen sus intereses los laboratorios transnacionales.

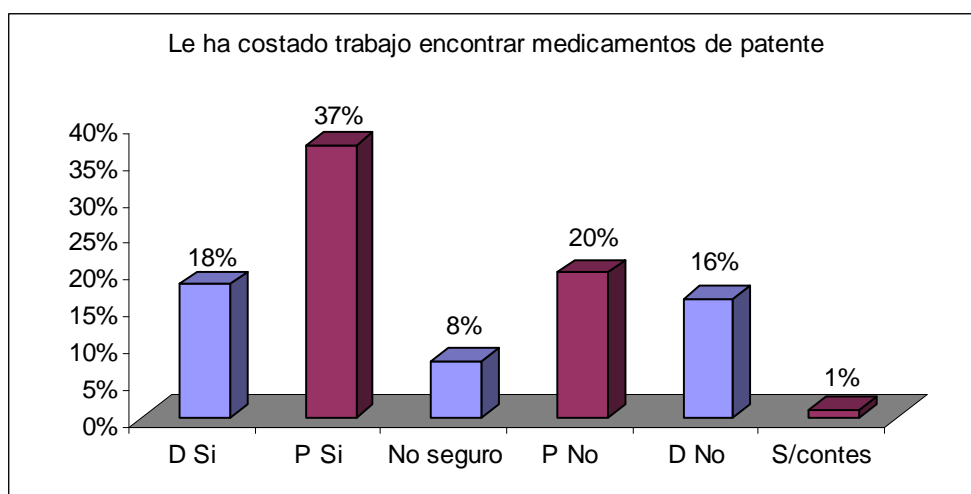


Gráfico 39

Aquí, solicitamos parte de su cooperación para saber si cuando han tenido que comprar medicamentos de patente, se han encontrado con la dificultad de encontrar el medicamento que necesitan y esto fue lo que obtuvimos: el 18 % nos mencionó que *definitivamente si* se han encontrado con la dificultad de encontrar un medicamento de patente en alguna farmacia; aunque llama la atención que el 37 % nos contestó que *probablemente si* se ha encontrado con esta dificultad; aunado a ello tenemos que sólo el 8 % de la muestra nos mencionó que *no esta seguro* de haber sido difícil encontrar su medicamento. También hay que mencionar que el 20 % de la muestra nos dice que *probablemente no* se ha encontrado con esta dificultad; mientras que sólo 16 % de la misma *definitivamente no* le ha costado trabajo encontrar un medicamento de patente; y por último tenemos que sólo el 1 % encuestados no contestó esta pregunta debido a que tiene preferencia por los medicamentos genéricos y han sido de los únicos que han consumido hasta el momento.

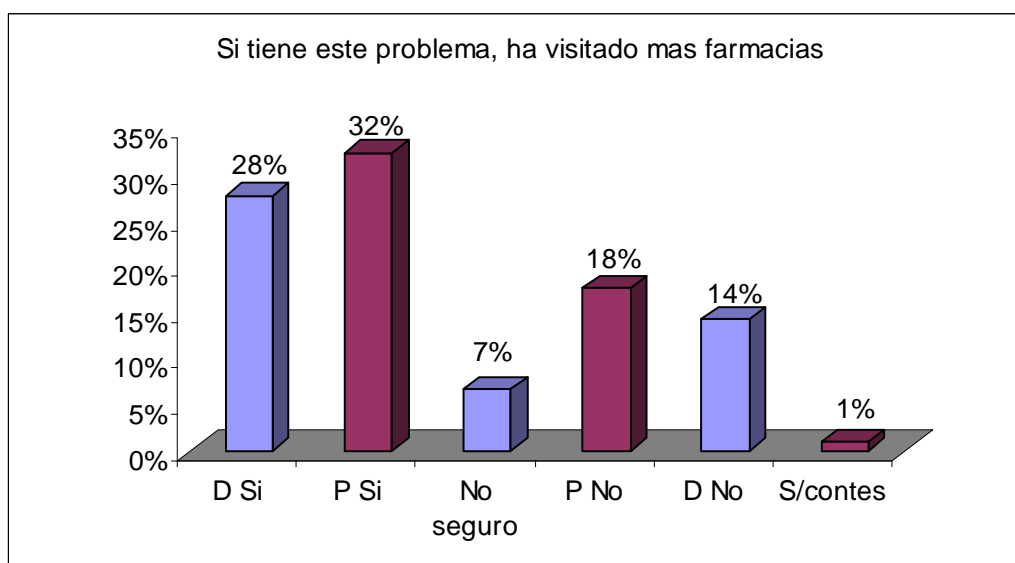


Gráfico 40

En esta pregunta hecha a la nuestra muestra nos encontramos con que, el 28 % de los encuestados *definitivamente si* se han tenido que visitar varias farmacias por no encontrar el medicamento de patente que necesitan; aunque llama la atención que el 32 % de los mismos mencionaron que *probablemente si*, han tenido que visitar varias farmacias cuando no han encontrado un medicamento de patente; mientras que sólo el 7 % *no esta seguro* de que se haya tenido que visitar varias farmacias; aunque también hay señalar que el 18 % de los entrevistados mencionan que *probablemente no* han tenido que visitar varias farmacias pues no tienen problemas para encontrar el medicamento que necesitan; y también, el 14 % de los encuestados nos mencionaron que *definitivamente no* han tenido que visitar varias farmacias pues no han tenido problemas para conseguir un medicamento; y por último tenemos que sólo el 1 % se abstuvo de contestar esta pregunta debido a que son de los que consumen o prefieren los medicamentos genéricos.

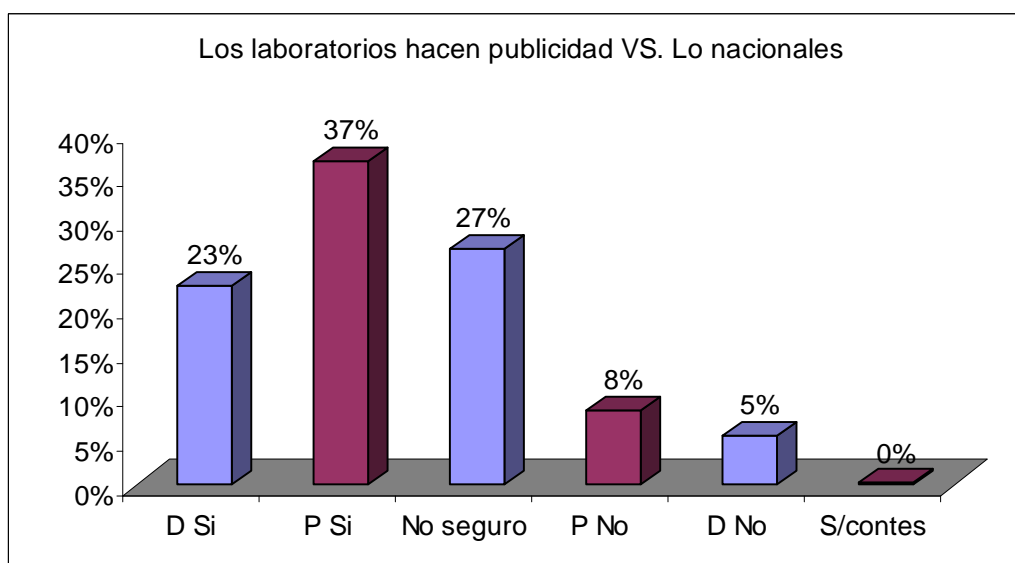


Gráfico 41

Solicitamos la opinión a la población encuestada si creen que los laboratorios transnacionales hacen publicidad en contra de los laboratorios nacionales, a lo cual obtuvimos que el 23 % *definitivamente si* cree que los laboratorios transnacionales si realizan publicidad en contra de los laboratorios nacionales; y llama la atención que el 37 % creen que *probablemente si*, los laboratorios transnacionales hacen publicidad en contra de los laboratorios nacionales; y también hay que mencionar que el 27 % *no están seguros* que se realice publicidad en contra de los laboratorios nacionales. Hay que agregar que sólo el 8% creen que *posiblemente no*, los laboratorios realicen publicidad en contra de los laboratorios nacionales; mientras que también sólo el 5 % creen que *definitivamente no* se realice publicidad en contra de los laboratorios nacionales.

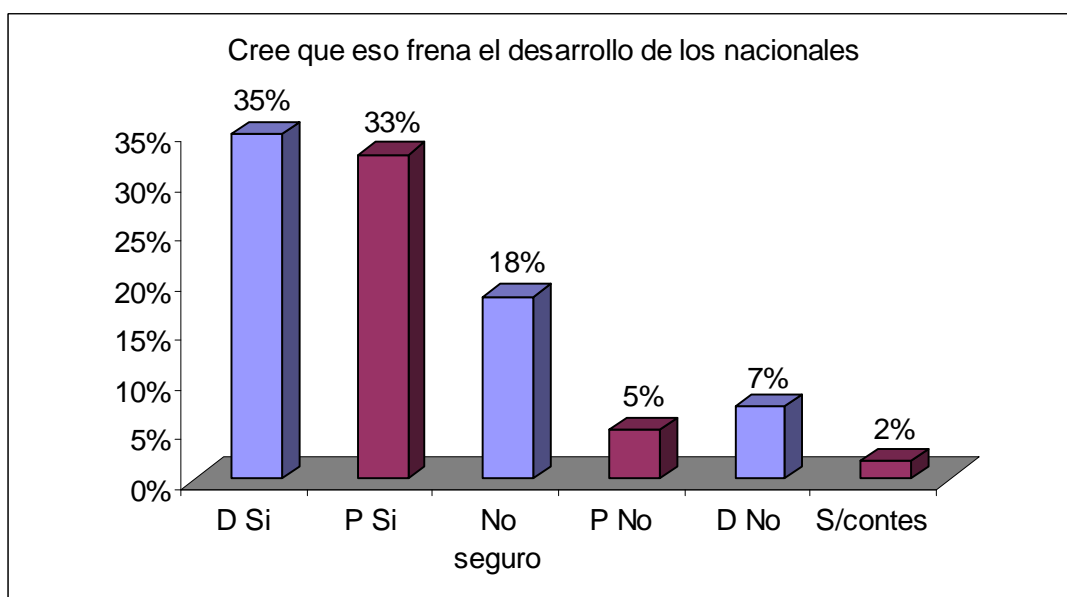


Gráfico 42

Por último solicitamos que nos expresaran su opinión, si creen que los laboratorios transnacionales frenan el desarrollo de los laboratorios nacionales, a lo cual obtuvimos que: llama la atención que el 35 % mencionan que *definitivamente si*, este tipo de publicidad frena el desarrollo de los laboratorios nacionales, además de que el 33 % cree que *probablemente si* se frena el desarrollo de los laboratorios nacionales, por parte de los laboratorios transnacionales; mientras tenemos que el 18 %, creen *no estar seguros* que esto ocurra y que la competencia con los laboratorios transnacionales es justa; aunque también hay que señalar que sólo el 5 % mencionan que *probablemente no*, los laboratorios transnacionales frenen el desarrollo de los nacionales; aunque hay que mencionar también que sólo el 8 % cree que *definitivamente no* los laboratorios transnacionales afectan el desarrollo de la industria nacional. Y por último tenemos que sólo el 2 % se abstuvieron de contestar debido a que no les afecta de alguna manera directa a ellos ni a su consumo de medicamentos.

5.3 RESULTADOS

Estadística Descriptiva

<i>Consumo de medicamentos</i>	
Media	3.21558442
Error típico	0.07407011
Mediana	4
Moda	4
Desviación estándar	1.45336041
Varianza de la muestra	2.11225649
Curtosis	-1.33339374
Coefficiente de asimetría	-0.31332937
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1238
Cuenta	385
Nivel de confianza (95,0%)	0.14563363

Cuadro 1

De acuerdo a las estadísticas descriptivas, obtuvimos que el consumo de medicamentos es frecuente ya que el 50 % de la gente esta por encima del valor de la mediana y el restante se encuentra por debajo del valor de la mediana; además de que la categoría que más veces se repitió es 4 (si consumen), así mismo tenemos que en promedio los sujetos se ubican en 3.215 (favorable), asimismo se desvía de 3.215, en promedio 1.453 unidades de la escala. Hay que agregar que las respuestas de los encuestados fueron desde que si consumen frecuente medicamentos, salvo en el caso de una persona que no respondió la pregunta. Las puntuaciones tienden a ubicarse en valores medios o elevados.

Sabe que son los medicamentos genéricos

Media	2.21038961
Error típico	0.06121285
Mediana	2
Moda	1
Desviación estándar	1.20108289
Varianza de la muestra	1.44260011
Curtosis	0.11078366
Coefficiente de asimetría	0.92125576
Rango	4
Mínimo	1
Máximo	5
Suma	851
Cuenta	385
Nivel de confianza (95,0%)	0.12035422

Cuadro 2

En esta tabla se puede observar que de la información que tiene la gente con respecto al medicamento genérico, puesto que la categoría que más se repitió fue 1 (que cuentan con información), de lo cual se tiene el 66 % de la gente esta alrededor de la mediana que es 2. En promedio los sujetos se ubican en 2.210 (que tienen información), así mismo se desvían de la media 2.210 en promedio, 1.201 unidades de la escala. Ninguna persona califico el no tener información de los medicamentos genéricos. Las puntuaciones tienden a ubicarse en valores medio o bajos.

<i>Sabe que son los medicamentos similares</i>	
Media	1.90909091
Error típico	0.05379398
Mediana	2
Moda	1
Desviación estándar	1.05551402
Varianza de la muestra	1.11410985
Curtosis	1.565441
Coefficiente de asimetría	1.34447236
Rango	4
Mínimo	1
Máximo	5
Suma	735
Cuenta	385
Nivel de confianza (95,0%)	0.10576752

Cuadro 3

La muestra describió que también cuentan con información respecto a los medicamentos similares, pues la categoría que más se repitió fue 1 (que cuentan con información), ya que casi más del 70 % se sitúa por encima del valor de la mediana que es de 2. Así en promedio los sujetos se ubican en 1.909, además de que se desvían de 1.909, en promedio, 1.055 unidades de la escala. Entonces las puntuaciones tienden a ubicarse en valores bajos, además que una de cada diez personas califico no contar con información.

Sabe si existe una diferencia entre los medicamentos de patente y genéricos

Media	2.16623377
Error típico	0.06051284
Mediana	2
Moda	1
Desviación estándar	1.18734762
Varianza de la muestra	1.40979437
Curtosis	0.08733725
Coefficiente de asimetría	0.92307291
Rango	4
Mínimo	1
Máximo	5
Suma	834
Cuenta	385
Nivel de confianza (95,0%)	0.11897788

Cuadro 4

Tenemos que la muestra, si describe que existe diferencia entre un medicamento de patente y un genérico, puesto que la categoría que más se repitió fue 1 (si existe diferencia), ya que el 60% de las personas se encuentran por encima del valor de 2, además de que en promedio se ubican en 2.166, así mismo se desvía de 2.166, en promedio de 1.187 unidades de escala. Así una de cada diez personas menciona no contar con información, entonces las puntuaciones tienden a ubicarse en valores bajos.

<i>Sabe si existe una diferencia entre un medicamento de patente y un similar</i>	
Media	1.9974026
Error típico	0.05285398
Mediana	2
Moda	1
Desviación estándar	1.03706994
Varianza de la muestra	1.07551407
Curtosis	0.75800883
Coefficiente de asimetría	1.06134015
Rango	4
Mínimo	1
Máximo	5
Suma	769
Cuenta	385
Nivel de confianza (95,0%)	0.10391934

Cuadro 5

De acuerdo a la muestra, si existe alguna diferencia entre los medicamentos de patente y los similares, ya que la categoría que mas se repitió fue de 2 (si existe diferencia), ya que el 70 % de la muestra esta sobre el valor de la mediana 2. Así mismo, en promedio los sujetos se ubican en 1.997 que si existe diferencia, además de que se desvía de 1.997 en promedio, 1.037 unidades de la escala, entonces una de cada diez personas menciona no saber si existe una diferencia entre un medicamento de patente y un similar. Por lo tanto las puntuaciones tienden a ubicarse en valores bajos.

<i>Cual es la percepción de los medicamentos genéricos</i>	
Media	2.32727273
Error típico	0.04555184
Mediana	2
Moda	2
Desviación estándar	0.89379172
Varianza de la muestra	0.79886364
Curtosis	0.92137638
Coefficiente de asimetría	0.87006774
Rango	4
Mínimo	1
Máximo	5
Suma	896
Cuenta	385
Nivel de confianza (95,0%)	0.08956218

Cuadro 6

De acuerdo a la muestra la percepción que tienen de los medicamentos genéricos es buena, ya que la categoría que más se repitió fue 2 (que la percepción es buena). El 60% de la muestra esta por abajo del valor de la mediana de 2. En promedio los sujetos se ubican en 2.327, así mismo se desvían de 2.327, en promedio 0.893 unidades de la escala. Entonces uno de cada diez personas no tiene una buena percepción de los medicamentos genéricos, así las puntuaciones tienden a ubicarse en valores bajos.

<i>Percepción de los medicamentos similares</i>	
Media	2.48311688
Error típico	0.05110655
Mediana	2
Moda	2
Desviación estándar	1.00278292
Varianza de la muestra	1.00557359
Curtosis	0.18057346
Coficiente de asimetría	0.78642775
Rango	4
Mínimo	1
Máximo	5
Suma	956
Cuenta	385
Nivel de confianza (95,0%)	0.10048362

Cuadro 7

La muestra menciona que tiene una buena percepción de los medicamentos similares, ya que la categoría que más se repitió fue 2 (buena percepción), además de que el 59 % está por debajo de la mediana 2. En promedio los sujetos se ubican en 2.483, así mismo se desvían de 2.483, en promedio 1.002 unidades de escala. Ninguna persona dejó de contestar esta pregunta, por lo que poco menos dos de cada diez personas tienen una mala percepción de los medicamentos similares, así las puntuaciones tienden a ubicarse con valores bajos.

<i>Prefiere un medicamento de patente a un genérico</i>	
Media	3.86233766
Error típico	0.07224859
Mediana	4
Moda	5
Desviación estándar	1.41761968
Varianza de la muestra	2.00964556
Curtosis	0.1681898
Coficiente de asimetría	-1.11117555
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1487
Cuenta	385
Nivel de confianza (95,0%)	0.14205223

Cuadro 8

Aquí tenemos que la muestra nos indica que prefiere un medicamento de patente sobre un genérico, ya que la categoría que se repitió más veces fue 5 (si prefiere uno de patente), además de que 69 % de las personas esta por encima de la mediana que es 4. En cuanto al promedio, la gente se ubican en 3.862; así mismo se desvían de 3.862, en promedio 1.417 unidades de escala. Poco menos de dos de cada diez personas tienden a preferir medicamentos genéricos, por lo que las puntuaciones se ubican en valores altos.

<i>Prefiere un medicamento de patente a un similar</i>	
Media	3.79220779
Error típico	0.07371632
Mediana	4
Moda	5
Desviación estándar	1.44641855
Varianza de la muestra	2.09212662
Curtosis	0.03756044
Coefficiente de asimetría	-1.03439256
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1460
Cuenta	385
Nivel de confianza (95,0%)	0.14493802

Cuadro 9

De ello tenemos que la gente si prefiere un medicamento de patente sobre un similar, ya que la categoría que más se repitió fue 5 (si refiere un medicamento de patente), además de que el 67 % de las personas esta por encima de la mediana que es 4. En cuanto al promedio, la gente se ubica en 3.792, así mismo se desvían de 3.792, en promedio 1.446 unidades de escala. Alrededor de una de cada diez personas no prefieren un medicamento de patente, por lo que los valores se ubican por debajo.

<i>Prefiere un medicamento genérico a un similar</i>	
Media	2.61298701
Error típico	0.06808564
Mediana	3
Moda	3
Desviación estándar	1.33593665
Varianza de la muestra	1.78472673
Curtosis	-0.60423251
Coefficiente de asimetría	0.07577644
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1006
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0.13386721

Cuadro 8

Del presente cuadro estadístico tenemos que la gente no esta muy segura si prefiere un medicamento genérico a un similar, ya que la categoría que mas veces se repitió fue 3 (no esta seguro), así mismo tenemos que el 32 % se encuentran por debajo del valor de la mediana que es 3. También tenemos que en cuanto al promedio la gente se ubica en 2.612, así mismo se desvía de 2.612, en promedio 1.335 unidades de escala. Aunado a que poco mas de dos de cada diez personas no prefieren un medicamento genérico sobre un similar por lo que la puntuación se ubica por encima del valor.

<i>Considera que los medicamentos genéricos tienen calidad como los de patente</i>	
Media	2.85194805
Error típico	0.06468377
Mediana	3
Moda	2
Desviación estándar	1.26918716
Varianza de la muestra	1.61083604
Curtosis	-0.82116083
Coefficiente de asimetría	0.32649129
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1098
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0.12717859

Cuadro 9

Aquí encontramos de acuerdo con el cuadro 9, que la gente si considera que los medicamentos genéricos si llegan a tener la misma calidad que los medicamentos de patente, ya que la categoría que mas veces se repitió fue 2 (si tienen calidad), así mismo tenemos que 43 % de la gente se encuentran por debajo del valor de la mediana que es 3. En cuanto al promedio tenemos que la muestra se ubica en 2.851, así mismo de 2.851 en promedio se desvía 1.269 unidades de escala. Aunado a que poco mas de dos de cada diez personas consideran que no tienen calidad los medicamentos de patente por lo que el las puntuaciones de valor se ubican por arriba.

*Necesita información para aceptar que
tienen calidad los medicamentos genéricos*

Media	4.02337662
Error típico	0.06532002
Mediana	4
Moda	5
Desviación estándar	1.28167128
Varianza de la muestra	1.64268128
Curtosis	0.82310969
Coficiente de asimetría	-1.37173936
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1549
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0.12842956

Cuadro 10

En el presente cuadro 10, tenemos de acuerdo a los datos obtenidos, la gente decidió que si necesita información, ya que la categoría que más veces se repitió fue 5 (si necesito información), además de que 80% se ubica por encima de este valor de la mediana, que es 4. En cuanto al promedio tenemos que la gente esta con un valor de 4.023, en donde así mismo de 4.023, se desvía alrededor de 1.281, unidades de escala. También hay que agregar uno de cada diez personas mencionaron que no necesitarían información, por lo que la puntuaciones se ubican por debajo.

*Considera que los medicamentos similares
tienen calidad como los de patente*

Media	3.08311688
Error típico	0.0682843
Mediana	3
Moda	2
Desviación estándar	1.33983466
Varianza de la muestra	1.79515693
Curtosis	-1.12242956
Coefficiente de asimetría	0.04994698
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1187
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0.13425781

Cuadro 11

Aquí tenemos que de acuerdo con el cuadro, la gente considera que si tienen calidad los medicamentos similares, ya que la categoría que se repitió más veces fue 2 (si tienen calidad), así mismo tenemos que 40 % se ubican por debajo del valor de la mediana que es de 3. En cuanto al promedio tenemos que se ubican la gente en 3.083; y así mismo de 3.083, se desvían en promedio 1.339 unidades de escala. Aunado a que 38 % de la gente se ubica por encima la puntuación de los valores.

*Necesita información para aceptar que
tienen calidad los medicamentos similares*

Media	4.06493506
Error típico	0.06303218
Mediana	4
Moda	5
Desviación estándar	1.23678075
Varianza de la muestra	1.52962662
Curtosis	1.0197805
Coefficiente de asimetría	-1.41905984
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1565
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0.12393131

Cuadro 12

De acuerdo a lo obtenido en el cuadro 12, tenemos que la gente, que si requiere de más información, ya que la categoría que más veces se repitió fue 5 (si necesito información), así mismo el 72 % de la gente entra dentro de la mediana que es 4. En cuanto al promedio tenemos que la gente esta en 4.064, de lo que así mismo de 4.064 se desvían, 1.236 unidades de escala. Aunado a que una de cada diez personas se ubica por debajo de la puntuación de valor.

*Sabe los requisitos que tienen que cumplir los
medicamentos genéricos*

Media	3.23896104
Error típico	0.07519885
Mediana	3
Moda	5
Desviación estándar	1.47550802
Varianza de la muestra	2.17712392
Curtosis	-1.2560397
Coefficiente de asimetría	-0.17812062
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1247
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0.14785292

Cuadro 13

En el presente cuadro, tenemos que a gente no sabe que requisitos tiene que cumplir un medicamento de patente, para que puedan permitir su comercialización, esto con base en que la categoría que mas veces se repitió fue 5 (no se los requisitos), así mismo tenemos que 41% de la gente esta por encima del valor de la mediana que es 3. En cuanto al promedio tenemos que se ubican en 3.238, en donde así mismo de 3.238, se desvían 1.475 unidades de escala. Aunado a que 32 % se ubican por debajo de la puntuación de valor.

Sabe si existe una entidad de comprobar y aprobar a los medicamentos genérico y similares

Media	2.53246753
Error típico	0.07346205
Mediana	2
Moda	1
Desviación estándar	1.44142955
Varianza de la muestra	2.07771916
Curtosis	-0.94451346
Coefficiente de asimetría	0.57199677
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	975
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0.1444381

Cuadro 14

De acuerdo con el cuadro, tenemos que la gente si sabe quienes son los encargados de verificar que los medicamentos genéricos y similares reúnan determinadas características, ya que la categoría que más veces se repitió fue 1 (si lo se). Además de que el 57 % de la muestra se encuentra por debajo del valor de la mediana que es 2. En cuanto al promedio tenemos que la gente se ubican en 2.532, así mismo de 2.532, se desvían 1.441 unidades de escala. Aunado a que dos de cada diez personas se encuentra por encima de las puntuaciones de valor.

*Sabe quienes están autorizados para prescribir
estos medicamentos*

Media	2.72467532
Error típico	0.07487433
Mediana	2
Moda	1
Desviación estándar	1.46914054
Varianza de la muestra	2.15837392
Curtosis	-1.13805761
Coefficiente de asimetría	0.38521192
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1049
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0.14721487

Cuadro 15

Del presente cuadro obtuvimos que la gente si sabe quines son las personas autorizadas para prescribir medicamentos genéricos y similares, ya que la categoría que mas veces se repitió fue 1 (si se quienes están autorizados), así mismo tenemos que el 48% de la gente se encuentra por debajo del valor de la mediana que es 2. En cuanto al promedio se observa que se encuentra al gente con un valor de 2.724, y de ahí mismo de 2.724 en promedio se desvía, 1.469 unidades de escala. Aunado a que dos de cada diez personas se encuentran por encima de la puntuación de valor.

<i>Compre regularmente medicamentos de patente</i>	
Media	3.58181818
Error típico	0.07168318
Mediana	4
Moda	5
Desviación estándar	1.40652565
Varianza de la muestra	1.97831439
Curtosis	-0.81704845
Coficiente de asimetría	-0.68470013
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1379
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0.14094056

Cuadro 16

En el presente cuadro podemos observar que la gente si compra medicamentos de patente, ya que la categoría que mas veces se repitió fue 5, (si compro medicamentos de patente), así mismo tenemos que el 66% de la gente se encuentran por encima de la mediana que es 4. En cuanto al promedio tenemos que se ubica en 3.581, de lo cual, así mismo de 3.581, tenemos que se desvía 1.406 unidades de escala. Aunado a que poco más de dos de cada diez personas se encuentra por debajo de la puntuación de valor.

<i>Sabe que es un medicamento de patente</i>	
Media	1.9038961
Error típico	0.05972997
Mediana	2
Moda	1
Desviación estándar	1.17198656
Varianza de la muestra	1.37355249
Curtosis	0.85770004
Coefficiente de asimetría	1.21215479
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	733
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0.11743863

Cuadro 17

Aquí se puede observar la gente si sabe lo que es un medicamento de patente, ya que la categoría que se repitió más veces fue 1 (si, se lo que es), además de que el 75% de la gente se ubica por debajo del valor de la mediana que es 2. En cuanto al promedio tenemos que la muestra tiene un valor de 1.903, de lo cual, así mismo de 1.903 de desvía 1.171 unidades de escala. Aunado a que uno de cada diez personas están por encima de la puntuación de valor.

Sabe cuanto tiempo pasa para crear un medicamento nuevo

Media	3.43376623
Error típico	0.068936
Mediana	3
Moda	5
Desviación estándar	1.35262191
Varianza de la muestra	1.82958604
Curtosis	-1.02211117
Coficiente de asimetría	-0.29053749
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1322
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0.13553915

Cuadro 18

Aquí tenemos que de acuerdo con el cuadro anterior, la gente no esta muy segura de cuanto tiempo pasa para crear un nuevo medicamento, ya que por un lado la categoría que se repitió más veces fue 5 (definitivamente no), además de que 74 % de esta por debajo del valor de la mediana que es 3. En cuanto al promedio de la muestra tenemos que tiene un valor de 3.433, y de ello, así mismo de 3.433, esta se desvía 1.352, unidades de escala. Aunado a que solo tres de cada diez personas se encuentra por encima de la puntuación de valor.

Sabe por que es elevado el precio de los medicamentos de patente

Media	2.69350649
Error típico	0.07392052
Mediana	2
Moda	2
Desviación estándar	1.45042537
Varianza de la muestra	2.10373377
Curtosis	-1.10255594
Coficiente de asimetría	0.37565733
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1037
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0.14533952

Cuadro 18

En cuanto a esta pregunta, tenemos que de acuerdo a los datos estadísticos, que la gente si sabe por que son elevados los precios de los medicamentos de patente, ya que la categoría que se repitió más veces fue 2 (si se por que), así mismo, tenemos que el 54 % de la gente se ubica por debajo del valor de la mediana que es 2: En cuanto al promedio tenemos que tiene un valor de 2.693 para la muestra, además de que del 2.693, este se desvía, 1.450 unidades de escala. Aunado a que el casi tres de cada diez personas se ubican por encima de la puntuación de valor.

*Considera que el precio de los medicamentos
de patente sea adecuado*

Media	3.36103896
Error típico	0.06736055
Mediana	3
Moda	5
Desviación estándar	1.32170934
Varianza de la muestra	1.74691558
Curtosis	-1.07506998
Coficiente de asimetría	-0.23093673
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1294
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0.13244156

Cuadro 19

Aquí tenemos que de la muestra nos arroja el hecho de que consideran que el precio de los medicamentos de patente no es adecuado, ya que la categoría que más veces se repitió fue 5 (si es elevado el precio), así mismo tenemos que el 54% de la muestra se encuentra dentro de valor de la mediana que es de 3. En cuanto al promedio tenemos que esta tiene un valor de 3.361, de lo cual, del mismo 3.361, este se desvía 1.321 unidades de escala. Aunado a que 46 % de la muestra se encuentra por debajo de la puntuación de valor.

Lo que paga en medicamentos es lo justo por su salud

Media	2.76363636
Error típico	0.07148561
Mediana	2
Moda	2
Desviación estándar	1.40264901
Varianza de la muestra	1.96742424
Curtosis	-1.11716798
Coefficiente de asimetría	0.32422784
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1064
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0.1405521

Cuadro 20

En la presente pregunta se puede observar que la gente considera que lo que paga en medicamentos si es lo justo por su salud, ya que la categoría que más veces se repitió fue 2 (probablemente si), además de que el 51 % esta por encima de este valor 2. En promedio, los encuestados se ubican en 2.763, así mismo de desvían de 2.763, en promedio 1.402 unidades de escala. Entonces las puntuaciones tienden a ubicarse por debajo de este valor, así que el tres de cada diez personas consideran que lo que pagan por los medicamentos de patente no es lo justo por su salud.

<i>Sabe por que difieren en el precio</i>	
Media	2,72727273
Error típico	0,06540146
Mediana	3
Moda	3
Desviación estándar	1,28326938
Varianza de la muestra	1,6467803
Curtosis	-0,73957919
Coefficiente de asimetría	0,36443281
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1050
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0,1285897

Cuadro 21

En el presente cuadro se pueden que los consumidores no saben exactamente, por que difieren en el precio los medicamentos de patente con los genéricos, ya que la categoría que se repitió más veces fue 3 (no estoy seguro), además de que 77 % esta por encima de este valor 3. En promedio tenemos que de los encuestados, se ubican en 2.727, así mismo se desvían de 2.727, en promedio 1.283 unidades de escala. Entonces las puntuaciones tienden a ubicarse por debajo de este valor, ya que dos de cada diez personas consideran que no saben por que difieren en su precio estos medicamentos.

Cree que los laboratorios anteponen sus intereses

Media	3,54025974
Error típico	0,06400388
Mediana	4
Moda	4
Desviación estándar	1,25584672
Varianza de la muestra	1,57715097
Curtosis	-0,49316999
Coefficiente de asimetría	-0,6427211
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1363
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0,12584181

Cuadro 22

De acuerdo con lo obtenido en las estadísticas, tenemos que los laboratorios si anteponen sus intereses y por ello son más caros los medicamentos de patente que los genéricos y/o similares, ya que la categoría que más veces se repitió fue 4 (probablemente si), además de que el 59 % de los encuestados están por encima del valor 4. Hay que mencionar que en promedio se ubican en 3.540, así mismo se desvían de 3.540, en promedio 1.255 unidades de escala. Así que una de cada diez personas menciona que los laboratorios no anteponen sus intereses para la fijación de los precios.

*Le ha costado trabajo encontrar
medicamentos de patente*

Media	3,18441558
Error típico	0,0721644
Mediana	4
Moda	4
Desviación estándar	1,41596781
Varianza de la muestra	2,00496483
Curtosis	-1,18343704
Coefficiente de asimetría	-0,37377875
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1226
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0,14188671

Cuadro 23

En el presente cuadro podemos observar que de acuerdo con las estadísticas descriptivas que la gente si ha encontrado problemas para encontrar un medicamento de patente, ya que la categoría que más veces se repitió fue 4 (probablemente si), de lo cual se tiene que el 55 % de se encuentran por encima de este valor (4). Asimismo tenemos que en promedio se ubican en 3.184, de lo cual se desvían de 3.184, en promedio 1.415 unidades de escala. Así, pues las puntuaciones tienden a ubicarse en valores bajos, ya que dos de cada diez personas mencionó no tener problemas para encontrar o adquirir un medicamento de patente.

*Si presenta el problema anterior, ha tenido
que visitar muchas farmacias*

Media	3,38701299
Error típico	0,07444487
Mediana	4
Moda	4
Desviación estándar	1,46071389
Varianza de la muestra	2,13368506
Curtosis	-1,10260663
Coefficiente de asimetría	-0,51116966
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1304
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0,14637048

Cuadro 24

Aquí podemos observar que la gente si ha tenido que visitar varias farmacias para encontrar un medicamento de patente, ya que la categoría que más veces se repitió fue 4, además de que 59 % se encuentran por encima de este valor. También hay que mencionar que en promedio se ubican en 3.387, así mismo se desvían de 3.387, en promedio 1.460 unidades de escala. Así que las puntuaciones se ubican por debajo de este valor, ya que tres de cada diez personas tienden a ubicarse por debajo de este valor.

*Los laboratorios hacen publicidad en contra
de los nacionales*

Media	3,61818182
Error típico	0,05619572
Mediana	4
Moda	4
Desviación estándar	1,10263974
Varianza de la muestra	1,21581439
Curtosis	0,04139108
Coefficiente de asimetría	-0,67716421
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1393
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0,11048975

Cuadro 25

Así se puede observar que los laboratorios transnacionales si realizan publicidad en contra de los laboratorios nacionales ya que la categoría que más veces se repitió fue 4, ya que 60 % de las personas se encuentran por encima de este valor. Además tenemos que en promedio se ubican en 3.618, así mismo se desvían de 3.618, en promedio 1.102 unidades de escala. Así que de las puntuaciones tenemos que se ubican por debajo de este valor están dos de cada diez personas.

*Cree que eso frena el desarrollo de los
laboratorios nacionales*

Media	3,77402597
Error típico	0,06503726
Mediana	4
Moda	5
Desviación estándar	1,27612314
Varianza de la muestra	1,62849026
Curtosis	0,56206558
Coefficiente de asimetría	-1,08913319
Rango	5
Mínimo	0
Máximo	5
Suma	1453
Cuenta	385
Nivel de confianza (95.0%)	0,12787361

Cuadro 26

Aquí se puede observar que si se frena el desarrollo y crecimiento de los laboratorios nacionales, ya que la categoría que más veces se repitió fue 5, ya que el 35 % se ubican en este valor. Así tenemos que en promedio se ubican en 3.774, que de la misma manera se desvían de 3.774, 1.276 unidades de escala. Entonces las puntuaciones que se ubican por debajo de este valor, son 2 de cada diez personas.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

En el presente capítulo se presentan las conclusiones obtenidas, de las preguntas de investigación de este proyecto, para posteriormente, mencionar las recomendaciones, para futuras investigaciones, que quieran continuar esta investigación.

6.1 CONCLUSIONES

6.1.1 La primera pregunta planteada: ¿Cómo es la preferencia de la gente por los medicamentos de patente, genéricos y similares?

- a) Por un lado, se pudo observar que de la muestra, los consumidores tienen una preferencia alta por los medicamentos de patente, sobre los medicamentos genéricos y similares, lo cual beneficia a la investigación y/o al desarrollo de nuevos tratamientos, para las enfermedades. Para apoyar esta preferencia por los medicamentos de patente, tenemos que esta respaldada por las respuestas proporcionadas, al preguntarles cual es su preferencia con respecto a un genérico y un similar; de lo cual, en ambos casos prevaleció la preferencia sobre el medicamento de patente, debido a que hacen mención a la calidad (seguridad) que ofrece que este producto (el medicamento) en comparación con las otras dos clases.

En contraste, el consumidor no puede adquirir este tipo de medicamentos y más la clase desprotegida, debido a que la mayor parte de la muestra, mencionan como factor principal, que el precio al público de los medicamentos de patente, en ocasiones llega a ser elevado. Por lo que hay que mencionar, por un lado, que la mayor parte de la muestra, perciben entre uno y tres salarios mínimos, además de que, también la mayor parte de ellos, cuando han tenido que comprar medicamentos, han llegado a gastar de entre 250 y 500 pesos, con lo cual podría afectar su economía, pues si se llega a destinar la mayor parte de sus ingresos a este rubro, no les queda mucho para cubrir sus necesidades más importantes.

- b) Con respecto a los medicamentos genéricos y similares, encontramos que entre estos dos, la preferencia del consumidor, como segunda opción se inclina hacia los medicamentos genéricos, debido a que observan, que estos medicamentos tienen mayor calidad que los medicamentos similares. Es por este mismo elemento (la calidad), la razón por la cual no adquirirían un similar.

En casos muy especiales, la gente se ve en la necesidad, de adquirir los medicamentos similares (aunque no tengan preferencia por este tipo de producto) debido a que en algunas ocasiones, cuando los medicamentos que necesitan son elaborados únicamente por los laboratorios nacionales, es cuando tienen que recurrir a este satisfactor de necesidad, ya que los laboratorios transnacionales dejan de producirlos, ya que no encuentran algún atractivo o una utilidad monetaria al continuar produciéndolos, así que dejan el producto de cierto nicho de mercado, para que lo produzcan y distribuyan los laboratorios nacionales.

6.1.2 Con respecto a la segunda pregunta que nos planteamos, que es: ¿Qué percepción tiene la gente de los medicamentos de patente, genéricos y similares los consumidores del Distrito Federal?, obtuvimos que de la percepción que los medicamentos genéricos y similares hacia los consumidores del D.F., es aceptable, a pesar de que la preferencia (como ya mencionamos) se inclina en favor de los medicamentos de patente. Si la gente busca esta opción, se debe por el precio bajo que ofrece esta opción (lo cual es comprensible ya que la mayoría de la muestra percibe entre 1 y 3 salarios mínimos), en comparación de los medicamentos de patente, sin embargo, no dejan pasar por alto la calidad. Esto hecho refuerza lo que se puede observar en la muestra, pues la preferencia de los medicamentos genéricos, está por encima de los medicamentos similares.

6.1.3 Continuando con las preguntas del proyecto de investigación tenemos: ¿La gente del Distrito Federal sabe que son los medicamentos de patente, genéricos y similares?, a lo cual obtuvimos que la gente del D.F. en cuanto a información con respecto a los tres tipos de medicamentos, observamos que existe una gran ambigüedad, ya que por un lado, la población encuestada menciona saber que son los medicamentos de patente,

genéricos y similares, de lo cual la gente clasificó el grado que tiene de conocimiento sobre los medicamentos, de la siguiente manera: 1° de los de patente, 2° de los similares y en 3° de los genéricos.

Sin embargo, por un lado se observó que la información que se encuentra alrededor de los medicamentos de patente, genéricos y similares no es suficiente, ya que en primer lugar, cuando se les cuestionó que si sabían que era un medicamento de patente, contestaron que si, pero al momento de solicitarles que mencionaran que eran y que lo mencionaran, fue cuando se observó que sólo describían ciertas características por separado, como: “es un medicamento que reúne todas las formulas en cantidad exacta y original”, “es un producto que cumple con las normas de calidad y es autorizado”, ó “son los que se elaboran en los laboratorios registrados y autorizados”, “es aquel que esta registrado por la Secretaría de Salud y cumple con las normas establecidas por la misma, además de que el laboratorio que lo elabora es de prestigio”, etc., por mencionar algunas de ellas, aunque en la mayoría de los casos no mencionaron que es. Ahora que si recordamos lo que se describió en el marco teórico de este trabajo, tenemos que *un medicamento de patente*: es un nuevo medicamento elaborado por un laboratorio investigador o con la autorización del mismo (en este caso cuenta con la licencia del descubridor) que “tiene una sustancia descubierta después de varios años de investigación con propiedades curativas” sobre una enfermedad y que “se comercializa con un nombre propio” y que durante un cierto periodo de años que son los que dura la patente, “ningún otro laboratorio puede fabricar el mismo medicamento”.

Claro que no esperamos que la gente tenga este concepto tan detallado en la mente, pero tal vez si que observen algunas características esenciales de este producto como son: que es elaborado por un laboratorio que tiene la patente; es descubierta tras varios años de investigación; se le aplican pruebas farmacológicas antes de su comercialización; que es invertida una cantidad de dinero en publicidad al momento de mandarlo al mercado, como sería en promociones, concursos, y las que son las principales: la responsabilidad, calidad, biodisponibilidad, eficacia, seguridad, experiencia y farmacovigilancia (que se mencionan en el punto 3.3.1.). Hay que mencionar también que un medicamento de patente en

promedio lleva alrededor de diez años, para poder encontrar una nueva sustancia, a lo cual muchos quedaron dentro del rango de no saber cuanto tiempo pasa para crear un nuevo medicamento de patente, además de que no existe la seguridad de saber las causas por las que este tipo de medicamento llega a tener un precio elevado.

Por otro lado, cabe señalar que la gente reconoció que si existen diferencias entre los medicamentos de patente y los genéricos o similares, que son las características antes descritas por ellos, pero deja en duda si saben exactamente en que consisten esas diferencias; como que los productos que fabrican los laboratorios nacionales son patentes que ha vencido su tiempo de explotación y que ahora son del dominio público; que ya no tienen que gastar en publicidad para dar a conocer la sustancia; que realizan pruebas de bioequivalencia y biodisponibilidad, para asegurar su efectividad.

Hay que agregar que, en primer lugar, la gente llegó a solicitar que se les brindara mayor información sobre los medicamentos genéricos y similares, con la finalidad de que en el futuro su decisión de consumir alguno de estos medicamentos, sea libre y que no este influenciada por la publicidad; ya que con ello, quieren tener mayor certidumbre de lo que adquieren y consumen. En segundo lugar, al preguntarles si sabían que requisitos tienen que cumplir los medicamentos genéricos y similares para que permitan su comercialización, se observó que la mayoría definitivamente no, tienen la suficiente información. Por lo tanto concluimos que **no existe** la información suficiente en los consumidores del D.F., como lo existe en otros países de Europa.

6.1.4 Ahora por otro lado, nos preguntamos (en el presente trabajo de investigación) que si los consumidores del D.F., consideraban que: ¿los medicamentos genéricos y similares tienen la misma calidad que los de patente?, de ello obtuvimos como conclusión que la mayor parte de los encuestados consideran, que tanto los medicamentos genéricos y los similares, no están seguros de que tienen la misma calidad que los medicamentos de patente, lo cual tiene como sustento; por un lado, al momento de preguntarles que si preferían en medicamento de patente a un genérico o similar, en donde, en ambos casos se observó que el de patente era preferido por su calidad; y por el otro tenemos que, consideraron que posiblemente tengan calidad; por lo tanto se concluye que los consumidores del D.F., consideran que no son de calidad este tipo de medicamentos.

6.1.5 Ahora concluiremos que si de lo obtenido de los resultados de la muestra, si ¿Los medicamentos genéricos y similares son accesibles para toda la gente del Distrito Federal?, comenzaremos por mencionar que en algunos casos, el consumidor al necesitar un medicamento de patente y no encontrarlo fácilmente (ya que en la muestra mencionaron que si han llegado ha encontrar dificultades para conseguir este tipo de producto), llegaron a encontrarlos sólo en farmacias que comercializan medicamentos genéricos y/o similares, ya que algunos de los medicamentos que consumían frecuentemente, ya no están actualmente disponibles en el mercado.

Además hay que agregar que, el precio que llega a manejar este tipo de producto (pero solamente de aquellas patentes que ya vencieron y que son de uso publico), es bastante accesible, y más para aquellas personas de escasos recursos, es por ello que la mayor parte de los consumidores del D.F., tiene la facilidad de acceder a este tipo de productos ya que, el ingreso promedio (como ya se ha mencionado) esta entre 1 y 3 salarios mínimos, además de que no son difíciles de encontrar en el Distrito Federal, ya que existe una cadena de farmacias (plaza en mercadotecnia) que los comercializan, lo que hace más fácil de adquisición.

6.1.6 Ahora concluiremos, ¿Cual es la razón de que los medicamentos de patente sean mucho más caros que los genéricos y similares?, de acuerdo a la obtenido de la muestra. Como primer punto mencionaremos que la mayoría de la muestra, una de las causas que por la que el precio de los medicamentos de patente es elevado lo relacionan con el hecho de que los laboratorios transnacionales anteponen sus intereses económicos, con respecto al valor del producto. Otra de las razones es de que estos laboratorios invierten más recursos económicos en publicidad ó comunicación; entonces la gente encuestada menciona que debido a estos dos factores: primero que antepone sus intereses; y segundo a que invierte más en la publicidad, es por ese hecho que frena el desarrollo de la industria farmacéutica nacional y es así, que no exista competencia y se conformen los oligopolios.

6.2 CONCLUSIONES POR HIPÓTESIS.

6.2.1 Primera Hipótesis: que es: “Con la información existente en la sociedad sobre los medicamentos, la población del D.F., no sabe distinguir entre medicamentos genéricos y similares”, por lo que esta hipótesis se rechaza, ya que los consumidores del D.F. si tienen información a cerca de esta clases de productos (en este caso se buscaba comprobar con la hipótesis que no cuentan con ningún tipo de información y por lo tanto no sabrían diferencia entre un tipo de medicamento y otro), pero hay que señalar que esta información es incompleta, pues no saben diferenciar muy bien entre uno y otro tipo de medicamento, ya que se vio reflejado pues en ciertas preguntas, no contestaron o dejaron ciertas dudas en como lo hicieron.

6.2.2 Segunda Hipótesis: “Los consumidores medicamentos del D.F., no saben que los medicamentos similares y genéricos son de la misma calidad que los medicamentos de patente”, la cual es aceptada, ya que los consumidores, aceptan que no son de la misma calidad que los medicamentos de patente, pues no están completamente seguros de que así sea, además de que consideran que la calidad de los medicamentos de patente esta por encima de los otros dos medicamentos (que no hay comparación).

6.2.3. Tercera Hipótesis: “Los consumidores de medicamentos del D.F. no saben porque los medicamentos de patente son más caros que los genéricos y similares”; la cual es rechazada, ya que de acuerdo a lo obtenido por la muestra, si saben cuales son las causas por la existe una gran diferencia entre cada uno de estos tipos de medicamentos. Pero en este caso, al igual que con la primera hipótesis, tenemos que dejan en duda si realmente conocen estas causas que hacen que exista una diferencia en el precio entre estos tres productos.

6.2.4. Cuarta Hipótesis: “La accesibilidad a medicamentos de calidad, para los consumidores del D.F. no es la adecuada”; la cual es aceptada, ya que los consumidores del D.F. (y más la clase desprotegida) al no tener la suficiente información de que los medicamentos genéricos y similares cuentan con calidad (ya que si no permitirían su comercialización), no saben que cuentan con diferentes opciones para adquirir medicamentos, sin mayor problema de acuerdo a sus posibilidades. Lo cual repercute en el acudir a los lugares donde se distribuyen cada uno de estos tipos de medicamentos, pues la gente no se acercara, por el temor de que lo que compra no va a satisfacer su necesidad, y solamente lo hará en aquellos lugares donde tendrá esa confianza de satisfacerla.

6.2.5. Quinta Hipótesis: “La oportunidad de adquirir un medicamento de calidad en el D.F., no es posible, por la falta de información”; es aceptada, ya que los consumidores cuentan con información, pero esta información es insuficiente, pues por un lado no saben distinguir bien de un medicamento de otro, además de que no saben por que difieren en el precio estos tipos de medicamentos, aunado a ello no saben cuanto tiempo pasa para crear un nuevo medicamento, por lo que esta falta de información no permite la adecuada toma de decisión del usuario o consumidor.

6.3 RECOMENDACIONES

Como recomendaciones, comenzaremos por mencionar que con respecto al presente proyecto de investigación, de acuerdo con las repuestas de las conclusiones y al mercado de medicamentos (cuando los que dejan de fabricar y cuando ya venció la patente), tanto las industrias transnacionales, como las nacionales, deberían de ampliar la oferta medicamentos genéricos, ya que la percepción de la gente en cuanto a este tipo medicamento, lo consumen debido al precio bajo que perciben de él. En ese sentido al ser respaldado este tipo de medicamentos por industrias transnacionales (de prestigio), la gente vincularía a los medicamentos genéricos con la calidad, claro que también con el apoyo de la Secretaria de Salud, promover este tipo de medicamentos, de manera efectiva.

Entonces, se debe de generar una comunicación agresiva, ocupando todos los medios de información que existen, como son boletines, publicidad, carteles, radio, televisión, prensa escrita y hablada, internet, etc., con la finalidad de llegar a la mayor parte de la población del Distrito Federal y tengan mayor información de lo que son estos tipos de medicamentos. De igual manera de debe legislar sobre la publicidad que confunde los conceptos de cómo son cada uno de estos medicamentos, pues no se permite la libre competencia en este ramo productor; así como hacer simposiums dirigidos al sector servicio de salud, como son lo médicos, enfermeras, etc., puesto que hoy en día existen algunos médicos que prescriben solamente medicamentos de patente. Al generarse mayor numero de genéricos será mayor, puesto que se encontrarían, en gran parte de las farmacias que comercializan medicamentos

Bibliografía

John O'shaughnessy, “**Competitive Marketing**” **A strategic Approach 2nd**. Edición. Ediciones Díaz de Santos, S.A. 1991. (La naturaleza del Marketing).

Kotler, Phillip, **Dirección de Mercadotecnia: análisis, planeación y control**, Ed. Diana 1985.

Roberto Hernández Sampieri, **Metodología de la Investigación**, Edito. Mac Graw Hill

Charles Shewe D., **Mercadotecnia Conceptos y Aplicaciones**, Ed. McGraw-Hill/Interamericana de México, S.A. de C.V. 1991 (Capítulo 1 “Mercadotecnia y Sociedad”; Naturaleza de la Mercadotecnia).

Hemerográfica

Reforma. Sección: Redacción; [15 de diciembre 2000]; **Cumple labor. Reforma**; disponible en: <http://www.reforma.com.mx> o también en <http://www.busquedas.gurporeforma.com/reforma/query.asp>.

Rodríguez, Ruth. El universal: primera sección, página 1, **Dan de vida 10 años al IMSS**; (miércoles 02 de julio de 2003.)

Nora Sandoval. El universal, Nación, página 14, **Mega fusión de los sistemas, la alternativa, afirman**. (Martes 29 de enero de 2002)

Teherán, Jorge, El Universal, sección nación, página 20, **Modifican la ley de propiedad industrial**, fecha (martes 29 de abril de 2003).

Joaquín Molina Leza, El Financiero, Sociedad, Pág. 64, **Representante en México de la Organización Panamericana de Salud**, (lunes 14 de julio de 2003).

Internetgráfica

Carrillo, Laura y Herrera Germán; Farmacéutica Mexicana; otro año de prueba, Manufactura Web [8/1/4999]. Fecha de consulta (11 de Julio de 2003). Disponible en <http://www.manufacturaweb.com/2nivel.asp?clave_id=50_06

Bolaños Barrera Ricardo, Las 4 P's de Mercadotecnia; Disponible en: <http://www.pyme.com.mx>

Glosario de Hipermarketing, Hipermarketing, tecnología con sentido de Negocio; Disponible en: <http://www.hipermarketing.com>

Glosario de Cace, Cace, Site Express; Disponible en. <http://cace.sitexpress.com.ar>

Tutorial de Mercadotecnia, Importancia de la Mercadotecnia; Disponible en: <http://www.itlp.edu.mx>

Superama, Línea de Medicamentos; Disponible en: <http://www.superama.com.mx>

Sección de Normas y Regulaciones Sanitarias Empresa de la Asociación Nacional de la Industria de Productos Naturales A.C.; Ley General de Salud; Disponible en: <http://www.anipron.org>

Q.F.B. José Morán Domínguez, Responsable del Centro de Información de Medicamentos; Medicamentos Genéricos Intercambiables; Disponible en: <http://www.buap.mx>

Laboratorios Kendrick; Información G.I.; Disponible en: <http://www.kendrick.com.mx>

Laboratorios Janssen Cilag, Medicamentos Originales; Disponible en: <http://www.janssen-cilag.com.ar>

G. García Antonio; **Bioequivalencia, Sección Genéricos**; Disponible en:
<http://www.salud.bioetica.org>

Universia, el portal de los universitarios; **Empresa, Universidad, Patentes**; Disponible en: <http://www.universia.net.mx/contenidos/empleo/creaempresa/patentes.jsp>

<http://www.economia-ssci.gob.mx/promo/merca/>

http://www.lafacu.com/apuntes/contabilidad/publ_merc/default.htm

<http://www.canal-h.net/webs>

ANEXO

Primer Cuestionario

Muy buen día tenga. El presente cuestionario es realizado con fines de investigación educativa, por lo que los datos que nos proporcione serán absolutamente útiles y confidenciales, por favor conteste las siguientes preguntas de acuerdo con lo que a su modo de pensar considere correcto, para lo cual necesitamos que señale su respuesta, tachando la opción que haya elegido. Si en algún momento tuviera alguna duda o pregunta con gusto se la responderemos o aclaremos.

Delegación: _____

Estado civil

Soltero (a)	Casado (a)	Divorciado (a)	Viudo (a)	Otro
-------------	------------	----------------	-----------	------

Indique cual es su edad

De 20 a 29 años	De 30 a 39 años	De 40 a 49 años	De 50 a 59 años	Mas de 60 años
-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	----------------

Sexo:

Femenino

Masculino

Nivel de estudios

Primaria	Secundaria	Preparatoria	Superior	Otro
----------	------------	--------------	----------	------

Cual es su nivel de ingresos diario

No recibo ingresos	De 1 hasta 2 Salarios mínimo	Más de 2 hasta 3 salarios min.	Más de 3 hasta 5 salarios min.	Mas de 5 Salarios min.
--------------------	------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	------------------------

1. ¿Compra medicamentos frecuentemente?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
--------------------	------------------	-----------------	------------------	--------------------

2. ¿Cual es el tipo de medicamentos que prefiere comprar?

Medicamentos de Patente	Medicamentos Genéricos	Medicamentos Similares
-------------------------	------------------------	------------------------

3. ¿Sabe que son los medicamentos genéricos?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
--------------------	------------------	-----------------	------------------	--------------------

4. Sabe que son los medicamentos similares?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
--------------------	------------------	-----------------	------------------	--------------------

5. ¿Sabe si existe alguna diferencia entre los medicamentos de patente y los medicamentos genéricos?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
--------------------	------------------	-----------------	------------------	--------------------

6. ¿Sabe si existe alguna diferencia entre los medicamentos de patente y los medicamentos similares?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
--------------------	------------------	-----------------	------------------	--------------------

7. ¿Cuál su percepción con respecto a los medicamentos genéricos?

Definitivamente Buena	Probablemente Buena	No estoy Seguro	Probablemente No es buena	Definitivamente No es Buena
-----------------------	---------------------	-----------------	---------------------------	-----------------------------

8. ¿Cuál su percepción con respecto a los medicamentos similares?

Definitivamente Buena	Probablemente Buena	No estoy Seguro	Probablemente No es buena	Definitivamente No es Buena
-----------------------	---------------------	-----------------	---------------------------	-----------------------------

9. Prefiere un medicamento de patente, a un medicamento genérico (si su respuesta es negativa, por favor pase a la pregunta 11 y si es afirmativa siga)

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
--------------------	------------------	-----------------	------------------	--------------------

10. Si prefiere un medicamento de patente a un genérico por que sería (puede señalar mas de uno por orden de preferencia, marcándolos del 1 en adelante)

Precio	Calidad	Accesibilidad	Oportunidad	Todas las anteriores
--------	---------	---------------	-------------	----------------------

11. Por que no preferiría un medicamento de patente a un genérico (puede señalar mas de uno por orden de preferencia, marcándolos del 1 en adelante)

Precio	Calidad	Accesibilidad	Oportunidad	Todas las anteriores
--------	---------	---------------	-------------	----------------------

12. Prefiere un medicamento de patente, a un medicamento similar (*si su respuesta es negativa, por favor pase a la pregunta 14 y si es afirmativa siga*)

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
--------------------	------------------	-----------------	------------------	--------------------

13. Si prefiere un medicamento de patente a un similar por que sería (puede señalar mas de uno por orden de preferencia, marcándolos del 1 en adelante)

Precio	Calidad	Accesibilidad	Oportunidad	Todas las anteriores
--------	---------	---------------	-------------	----------------------

14. Por que no preferiría un medicamento de patente a un similar (puede señalar mas de uno por orden de preferencia, marcándolos del 1 en adelante)

Precio	Calidad	Accesibilidad	Oportunidad	Todas las anteriores
--------	---------	---------------	-------------	----------------------

15. Prefiere un medicamento genérico a un similar (*si su respuesta es negativa, por favor pase a la pregunta 17 y si es afirmativa siga*)

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
--------------------	------------------	-----------------	------------------	--------------------

16. Si prefiriera un medicamento genérico a un similar por que seria (puede señalar mas de uno por orden de preferencia, marcándolos del 1 en adelante)

Precio	Calidad	Accesibilidad	Oportunidad	Todas las anteriores
--------	---------	---------------	-------------	----------------------

17. Si no prefiriera un medicamento genérico a un similar por que sería (puede señalar mas de uno por orden de preferencia, marcándolos del 1 en adelante)

Precio	Calidad	Accesibilidad	Oportunidad	Todas las anteriores
--------	---------	---------------	-------------	----------------------

18. ¿Considera que los medicamentos genéricos tiene la misma calidad que los de patente?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
--------------------	------------------	-----------------	------------------	--------------------

19. ¿Necesitaría de alguna información para aceptar que los medicamentos genéricos tienen calidad?

Definitivamente	Probablemente	No estoy	Probablemente	Definitivamente
-----------------	---------------	----------	---------------	-----------------

Si	Si	Seguro	No	No
----	----	--------	----	----

20. ¿Considera que los medicamentos similares tiene la misma calidad que los de patente?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
--------------------	------------------	-----------------	------------------	--------------------

21. ¿Necesitaría de alguna información para aceptar que los medicamentos similares tienen calidad?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
--------------------	------------------	-----------------	------------------	--------------------

22. ¿Sabe que requisitos tienen que cumplir los medicamentos genéricos y los medicamentos similares para que permitan su comercialización?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
--------------------	------------------	-----------------	------------------	--------------------

23. ¿Sabe si existe alguien o alguna entidad encargada de comprobar de que reúnan ciertas características para que sean aprobados los medicamentos genéricos y los similares?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
--------------------	------------------	-----------------	------------------	--------------------

24. ¿Sabe quienes están autorizados para poder prescribir medicamentos genéricos?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
--------------------	------------------	-----------------	------------------	--------------------

25. ¿Cuanto ha sido lo más que ha gastado cuando compra medicamentos?

De 50 a \$100	De 100 a \$250	De 250 a \$500	De 500 a \$1000	Mas de \$1000
---------------	----------------	----------------	-----------------	---------------

26. ¿Compra regularmente medicamentos de patente?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
--------------------	------------------	-----------------	------------------	--------------------

27. ¿Sabe que es un medicamento de patente?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
--------------------	------------------	-----------------	------------------	--------------------

Mencione que es: _____

28. ¿Sabe cuanto tiempo pasa para crear un nuevo medicamento?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
-----------------------	---------------------	--------------------	---------------------	-----------------------

29. ¿Sabe por que llega a ser tan elevado el precio de los medicamentos de patente?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
-----------------------	---------------------	--------------------	---------------------	-----------------------

Mencione por que: _____

30. ¿Considera que los precios de los medicamentos de patente es adecuado?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
-----------------------	---------------------	--------------------	---------------------	-----------------------

31. ¿Cree que lo que paga en medicamentos de patente es lo justo por su salud?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
-----------------------	---------------------	--------------------	---------------------	-----------------------

32. ¿Sabe por que difieren en el precio los medicamentos de patente con los genéricos?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
-----------------------	---------------------	--------------------	---------------------	-----------------------

Mencione por que: _____

33. ¿Cree que el hecho de que son más caros, es por que los laboratorios anteponen sus intereses?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
-----------------------	---------------------	--------------------	---------------------	-----------------------

34. ¿Cuando compra medicamentos le ha costado trabajo encontrarlo?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
-----------------------	---------------------	--------------------	---------------------	-----------------------

35. Si tiene problemas para comprarlo, ¿ha tenido que visitar muchas farmacias para encontrarlo?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
-----------------------	---------------------	--------------------	---------------------	-----------------------

36. ¿Cree que los laboratorios transnacionales hacen publicidad en contra de los laboratorios nacionales para desprestigiarlos?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
-----------------------	---------------------	--------------------	---------------------	-----------------------

37. Si así fuera, ¿creé que eso frena el desarrollo de los laboratorios nacionales?

Definitivamente Si	Probablemente Si	No estoy Seguro	Probablemente No	Definitivamente No
-----------------------	---------------------	--------------------	---------------------	-----------------------

Mencione por que: _____

Comentarios



...transformando el diálogo por la razón

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

Titulo del proyecto: *Mixtura de marketing en medicamentos genéricos
y similares en el Distrito Federal.*

Alumno Responsable del Proyecto:

Roberto Vazquez Galicia

Director del Proyecto:

Dr. Raúl Cornejo

21 de julio de 2004