

Capítulo 3

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Propósito de la Investigación

Primeramente determinemos que es propósito. De acuerdo a Peter Senge propósito es similar a dirección, a un encabezamiento general; por lo contrario la visión es un destino específico. Podemos decir que la manera de cumplir con el propósito es “coadyuvar a que los públicos claves tengan éxito”; donde los públicos claves son todos aquellos que pueden hacer que el sistema colapse.

En vista de esto; este estudio busca determinar y evaluar el riesgo percibido por los consumidores en la prescripción y uso de medicamentos genéricos y cuales son las barreras para el consumo.

3.2 Objetivos

Los objetivos principales de nuestro estudio son:

- a.** Conocer las razones o motivos por los cuales las personas no consumen medicamentos genéricos.
- b.** Elaborar una escala de medida de las percepciones de riesgo en los medicamentos genéricos e identificar las dimensiones subyacentes al concepto de riesgo percibido en este ámbito.
- c.** Determinar la influencia de cada una de dichas dimensiones tiene sobre la intención de compra de los consumidores.

3.3 Hipótesis

De acuerdo a nuestra propuesta de investigación pueden plantearse las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1: La influencia de las dimensiones de riesgo afectan directamente la intención de compra de medicamentos genéricos.

Hipótesis 2: La influencia de las dimensiones de riesgo afectan directamente la intención de solicitar medicamentos genéricos al doctor y al farmacéutico.

3.4 Diseño de una Escala de Medición

La utilización de una escala de medición para medir el riesgo percibido por los consumidores fue sugerida por Dholakia (1997) y Stone y Gronhaug (1993). Estos autores justifican la idoneidad de dicha escala atendiendo a dos razones fundamentales:

1. Es poco probable que un indicador individual sea capaz de recoger todo lo que abarca cada dimensión del riesgo (Cook y Campbell, 1979).
2. Un indicador múltiple permite analizar la validez discriminante de las distintas dimensiones del riesgo (Campbell y Fiske, 1959).

Esta segunda forma de evaluación es la que consideramos para emplear en el trabajo empírico.

Para medir el riesgo percibido en el consumo de medicamentos genéricos hemos optado por diseñar una escala de medición, adaptando al ámbito objeto de estudio la empleada por Stone y Gronhaug (1993).

Para identificar los atributos clave del riesgo asociado al uso de fármacos sin marca, se acudió pues a fuentes de información secundaria y a la opinión de expertos. Los ítems finalmente incluidos en la escala son los 17 que aparecen reflejados en la siguiente tabla:

TABLA 3.1 ATRIBUTOS QUE COMPONEN LA ESCALA DE VALORACIÓN

<p>Riesgo Funcional</p>	<p>1. Cuando ha consumido medicina genérica, piensa que no le va a proporcionar los beneficios esperados. 2. Le preocupa que el genérico no sea un medicamento seguro y fiable. 4. Cree que es muy probable que su resultado no sea el que realmente se espera de él.</p>
<p>Riesgo Financiero</p>	<p>6. Al comprar medicamentos genéricos, le preocupa que estos no merezcan el dinero gastado. 7. Piensa que la compra de medicina genérica no es una buena forma de gastar dinero. 8. Le preocupa que los medicamentos genéricos no sean una buena adquisición por ser más baratos que los de marca.</p>
<p>Riesgo Físico</p>	<p>9. Le preocupa los efectos secundarios que pueda causarle a usted o algún miembro de su familia. 10. Considera que su consumo pueda ser perjudicial para su salud. 11. Le preocupan los posibles daños físicos asociados a su consumo</p>
<p>Riesgo Psicológico</p>	<p>12. El consumo de un medicamento genérico en lugar de uno de marca lo deja intranquilo e insatisfecho. 13. Le producen inconformidad las dudas sobre si habrá acertado con la decisión de adquirir medicina genérica. 14. Consideraría que ha sido poco prudente si comprara medicamentos genéricos</p>
<p>Riesgo Social</p>	<p>15. Al comprar medicina genérica teme que sus familiares y amigos piensen que escatima en los medicamentos 16. Al comprar medicina genérica piensa que empeoraría el concepto que sus familiares y amigos tienen de usted 17. Siente temor al solicitar al farmacéutico el medicamento genérico en lugar del de marca.</p>

Elaboración: Autores

3.5 Alcance de la Investigación

Este estudio tiene por alcance:

CUADRO 3.1 Alcance de la Investigación



Elaboración: Autores

3.6 Enfoque de Investigación

Este trabajo tiene los siguientes enfoques:

Exploratorio.- el objetivo primario de este tipo de investigación es proporcionar una comprensión del problema que enfrenta el investigador. Esta investigación se utiliza en los casos en que es preciso definir el problema de manera más precisa. Se caracteriza por la flexibilidad y versatilidad de sus métodos porque no se emplean los protocolos y procedimientos de la investigación formal. El

objetivo de la investigación exploratoria es examinar o buscar a través del problema o situación para dar una mejor idea o comprensión del mismo.

Concluyente.- es más formal y estructurada que la exploratoria. Está basada en una gran cantidad de muestras representativas y los datos obtenidos están sujetos al análisis cuantitativo. Los hallazgos se consideran concluyentes en su naturaleza y por ello se utilizan como datos de entrada para la toma de decisiones. Esta investigación está diseñada para auxiliar a quien toma decisiones en la determinación, evaluación y selección del mejor curso de acción a seguir en una situación determinada.

El enfoque concluyente va a ser **descriptivo** y **causal**.

Descriptiva: El objetivo principal de la investigación descriptiva es delinear algo, generalmente las características del mercado o su funcionamiento. La investigación descriptiva a diferencia de la exploratoria, se hace por medio de una definición clara del problema, de hipótesis específicas y de las necesidades de información.

Causal: Se utiliza para obtener evidencias de las relaciones de causa y efecto.

La investigación causal es apropiada para los siguientes propósitos:

- a. Entender qué variables son la causa (independientes) y qué variables son el efecto (dependientes) de un fenómeno.

- b. Determinar la naturaleza de las relaciones entre las variables causales y el efecto que debe pronosticarse.

TABLA 3.2 Diferencias entre investigación exploratoria y concluyente

	Exploratoria	Concluyente
Objetivo:	Proporcionar ideas y comprensión.	Probar hipótesis específicas y analizar las relaciones.
Características:	<p>La información necesaria se define en forma muy aproximada.</p> <p>El proceso de investigación es flexible y no estructurado.</p> <p>La muestra es pequeña y no representativa.</p> <p>El análisis de los datos primarios es cualitativo.</p>	<p>La información necesaria se define con claridad.</p> <p>El proceso de investigación es formal y estructurado.</p> <p>La muestra es grande y representativa.</p> <p>El análisis de datos es cuantitativo.</p>
Descubrimientos/resultados:	Tentativos.	Concluyente.
Resultado:	Por lo general, va seguida por una investigación exploratoria o concluyente.	Los descubrimientos se utilizan como datos para la toma de decisiones.

Elaboración: Autores

TABLA 3.3 Comparación de los diseños de investigación básicos

	Exploratorios	Descriptivos	Causales
Objetivos:	Descubrimientos de ideas y discernimientos.	Describir las características o funciones del mercado	Determinar las relaciones de causa y efecto
Características:	Flexible, versátil	Marcado por la formulación previa de otras variables mediadoras	Manipulación de una o más variables independientes
Métodos:	A menudo, es la primera parte del diseño total de investigación Estudios especializados Estudios piloto Datos secundarios Investigación cualitativa	Diseño previamente planeado y estructurado Datos secundarios Estudios Paneles Datos de observación y otros	Control de las hipótesis específicas Experimentos

Elaboración: Autores

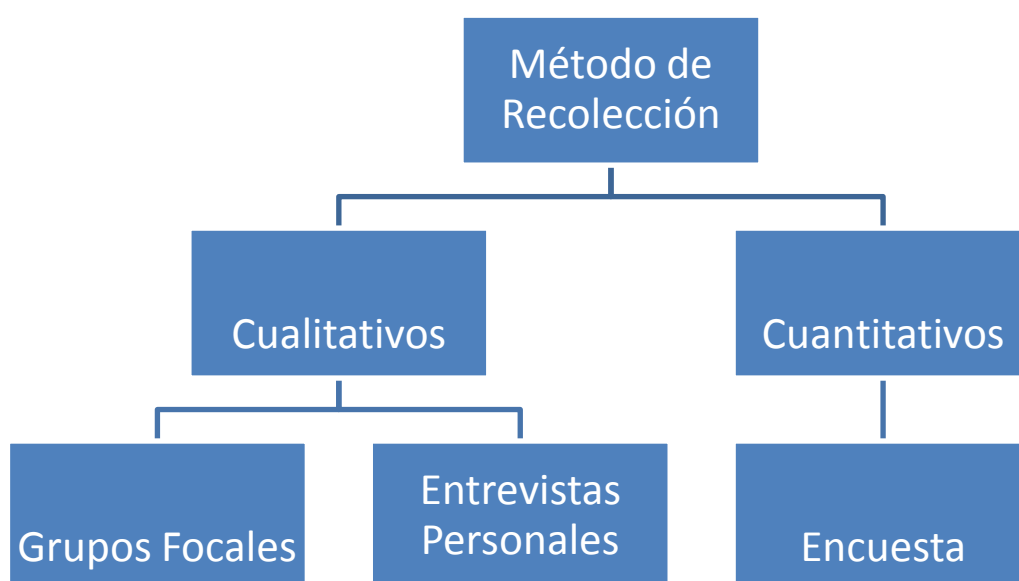
En nuestro estudio; primero utilizaremos un enfoque de **investigación exploratorio** para proporcionarnos una mejor comprensión del problema; donde se incluyó a todos los públicos claves que intervienen en la investigación (médicos, productores de medicamentos genéricos, farmacias y distribuidoras, consumidores) mediante entrevistas personales a los distintos grupos.

Luego utilizaremos la **investigación causal**, ya que nuestro objetivo es determinar las relaciones de causa y efecto de nuestras variables; es decir, cómo el

riesgo percibido por los consumidores afecta el consumo de medicamentos genéricos.

3.7 Método de Recolección

CUADRO 3.2 Método de Recolección



Elaboración: Autores

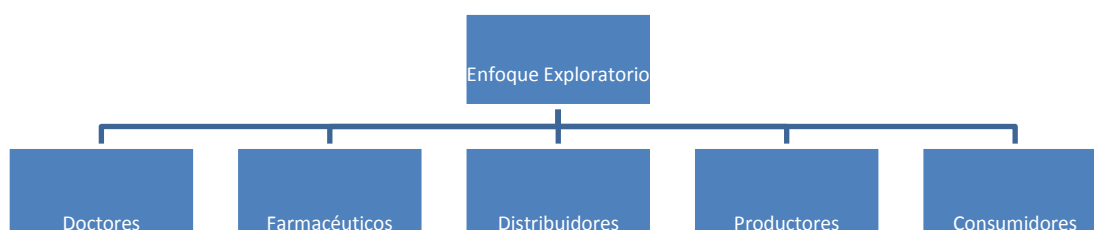
Con el propósito de abordar un problema específico vamos a originar información primaria; para la cual utilizaremos metodología tanto cualitativa como cuantitativa.

Donde la información cualitativa nos va a proporcionar un mejor enfoque del problema mediante grupos focales y entrevistas personales a los públicos claves dentro de la investigación (doctores, farmacéuticos, distribuidores, productores y consumidores).

Luego, en busca de cuantificar la información utilizaremos un enfoque **concluyente causal por medio de un cuestionario estructurado presentado a una muestra representativa de consumidores familiarizados con el concepto de medicamentos genéricos**; que serán realizadas en universidades, farmacias, consultorios, centros de salud; planteándoles a los participantes varias preguntas sobre sus características psicográficas, comportamiento, percepción, intenciones, actitudes y motivaciones.

Las preguntas serán alternativas de respuesta fija, ya que nos proporcionan algunas ventajas. El cuestionario será claro y sencillo de aplicar. Los datos que se obtienen son confiables porque las respuestas se limitan a las alternativas mencionadas. Por último, la codificación, análisis y la interpretación de los datos son relativamente sencillos (Malhotra, 1997).

CUADRO 3.3 Esquema de la metodología de recolección



Elaboración: Autores

3.8 Selección del Método de Muestreo

El método que utilizaremos es el **muestreo aleatorio simple**, en el cual cada elemento en la población tiene una probabilidad de selección idéntica y conocida.

Cada elemento se elige en forma independiente de los demás y la muestra se toma mediante un procedimiento aleatorio a partir del marco de la muestra.

3.9 Tamaño de la Muestra

Dado que no se conoce el tamaño de la población, y con toda seguridad es mayor a 100,000 unidades muestrales, asumimos que es infinita. En este caso, el tamaño de la muestra se obtiene por medio de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Estadístico de prueba. Número de desviaciones estándar respecto a la media (1.96 al 95%)

p = Probabilidad de éxito (0.5)

$q =$ Probabilidad de fracaso (0.5)

$e =$ Error máximo permitido (5%)

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16 \cong 385$$

TABLA 3.4 Ficha técnica de la Investigación

UNIVERSO	Individuos mayores de 18 años familiarizados con el concepto de medicamentos genéricos.
UNIDAD MUESTRAL	Familias, orientado a la persona que realiza habitualmente la compra
ALCANCE	Guayaquil
RECOLECCIÓN	Encuesta personal mediante cuestionario estructurado
TAMAÑO MUESTRAL	385 encuestas realizadas
ERROR MUESTRAL	$\pm 5\%$ bajo el supuesto de muestreo aleatorio simple
NIVEL DE CONFIANZA	95% $Z=1.96$
VARIANZA	$p=q=0.5$ máxima admitida para el caso de proporciones
TAMAÑO POBLACIONAL	Infinito, mayor a 100,000
PROCEDIMIENTO	Aleatorio, cada persona con la misma posibilidad de ser encuestada
FECHA	Entre el 7 de mayo al 7 de junio del 2006

Elaboración: Autores

3.10 Diseño del Cuestionario

Una vez que hemos decidido el instrumento de medida a utilizar y el alcance que vamos a tener, vamos a comentar el diseño del cuestionario empleado para recopilar la información de los consumidores y el proceso seguido en su elaboración.

Se realizarán preguntas estructuradas mediante una **investigación directa** presentado a una muestra representativa de consumidores familiarizados con el concepto de medicamentos genéricos (antes de proporcionarle la encuesta a los participantes se les realizará una breve explicación de lo que son los medicamentos genéricos).

Con el objetivo de que la selección de los encuestados fuera lo más aleatoria posible, en cada centro de salud, farmacia, universidades, calles se realizaron entrevistas a distintas horas del día y distintos días de la semana.

Hemos estructurado el cuestionario con preguntas cerradas, que nos ayuden a cumplir los objetivos de nuestra investigación y nos faciliten la codificación y procesamiento de los datos recogidos.

Para comprobar la comprensión y poder abarcar todo los factores crítico de la investigación se recurrió a la lectura de personas desconocedoras de los objetivos de la investigación, para que así manifiesten posibles problemas de interpretación, entendimiento y omisiones importantes de la misma.

El cuestionario definitivo consta de una breve introducción explicando los objetivos de la investigación y una breve introducción explicativa de lo que son los medicamentos genéricos. En el primer bloque hacemos referencia a factores demográficos. El siguiente bloque es referente a la experiencia de uso o consumo del producto, y que se utilizó como filtro para discriminar a los individuos que no han utilizado el producto y poder llegar a determinar los factores que han impedido que lo utilicen.

En el Anexo A se encuentra el cuestionario final, el cual consta de escalas de stapel, likert y de selección múltiple.

3.11 Resultados de la Investigación Exploratoria

3.11.1 DOCTORES

- a. Entrevistado: Dra. Alida Aguayo Sotomayor

¿Cuál es su opinión acerca de la medicina genérica?

Considero que la medicina genérica es una opción muy favorable para los pacientes que son de bajos ingresos económicos, hablando del aspecto monetario; en cuanto a su posología; creo que en su mayoría si cumple el objetivo para la cual es fabricada, aunque hay algunos medicamentos genéricos que no recomiendo pues no los he usado.

“Me visitan muchos laboratorios, y he constatado que los resultados de los genéricos son buenos si se los sabe aplicar combinando con medicina de marca.”

¿Prescribe medicina genérica?

En mis consultas particulares comúnmente prescribo la medicina que corresponde de acuerdo al tipo de paciente, en general siempre recomiendo la medicina de los laboratorios con que yo trabajo, pues les tengo confianza, en algunos casos son más efectivos; pero cuando *el paciente me pide* que le prescriba medicina no muy cara, le recomiendo los genéricos que yo conozco como médico y que avalo como buen producto. En muy pocos casos, dependiendo del tipo de enfermedad, no les prescribo los genéricos, pues considero que para este tipo de caso este producto no cumple con la posología adecuada, para un buen tratamiento.

¿Cuál es la diferencia entre los genéricos y la medicina comercial?

Una de las diferencias que noto muy a menudo es que los gramos que poseen algunos genéricos en su posologías son menores de los que deberían tener en comparación con los de la medicina comercial; un punto muy importante es que existen algunos laboratorios que no son tan conocidos que fabrican este tipo de medicamentos, y no cumplen en su totalidad con las normas de calidad que exhorta el Ministerio de

Salud Pública, y esto hace que *exista cierta desconfianza de nosotros los médicos ante el uso de este genérico con nuestros pacientes.*

¿Cree usted que en el país las personas se resistan al consumo de medicina genérica?

Creo que no, la mayoría de mis pacientes han consumido por distintas razones este tipo de medicamento alternativo, y se sienten tranquilos, pues los resultados son iguales para ellos que la medicina comercial; aunque un pequeño porcentaje podría decirte que sienten recelo por pensar que al ser más baratos no los van a curar, y subconscientemente no ayudan a su curación con este tipo de medicina, creo que esto es mental, más que funcional.

b. Entrevistado: Dr. Pedro Mite Pezo

Medicina General y Cirugía (Clínica San Marcos)

¿Qué opina usted acerca de la medicina genérica?

Considero que falta un poco más de movilización por parte del Estado, para que exista una regulación completa en lo que respecta a la formulación y fabricación de este tipo de medicamentos, pues aunque es un producto de bajo costo; algunos pacientes se sienten inseguros del producto, y yo como doctor hay ocasiones en que desconfío o pienso para recetar a mi paciente con algún genérico, aunque conozco laboratorios que cumplen con todos los requisitos, los cuales me han

venido a visitar a mi consultorio y confío en ellos; siento que debería *existir mayor publicidad en cuanto a los genéricos para que tanto paciente como médico se sienta respaldado de un producto avalado por el Estado.*

¿Prescribe medicina genérica?

En esta clínica no receto medicina genérica por el status del paciente que es atendido, algunos no les gusta ni que se les mencione el genérico pues consideran ellos en su opinión personal que no los van a curar; pero trabajo también en Progreso y allá si a mis pacientes les prescribo genéricos como lo haría con los de marca, pues trabajo con laboratorios de mi entera confianza, yo mismo expendo el genérico.

En ciertos casos como pacientes que sufren de presión, enfermedades cardiovasculares, etc., no les recomiendo este tipo de genérico, puesto hay ciertos productos que no cumplen con los beneficios que se espera.

c. .Entrevistado: Dra. María Elena Gutiérrez

¿Qué opina usted acerca de la medicina genérica?

Pienso que la medicina genérica es igual de buena como la medicina comercial; como doctora que llevo ejerciendo la profesión ya casi 5 años de los cuales los últimos 3 años he medicado genéricos; debido a que mis pacientes son de bajos recursos económicos. Los

medicamentos genéricos son menos costosos porque el fabricante de medicina genérica no necesita invertir en Investigación y Desarrollo; y la comercialización de la nueva medicina. Por lo común no se hace publicidad de los medicamentos genéricos a través de los medios masivos. Las medicinas genéricas satisfacen las normas de pureza y control de calidad con respecto a la potencia del ingrediente activo de la medicina; las medicinas genéricas no se someten a pruebas de manera tan rigurosa como las medicinas nuevas porque la seguridad y la eficacia del ingrediente activo ya han quedado establecidas.

¿Qué problema ha presentado con los pacientes al prescribir medicina genérica?

Hasta ahora con los tres años que llevo recetando medicina genérica no se ha presentado ningún problema con los pacientes, más bien han quedado totalmente satisfechos con su uso.

¿Cuál es la diferencia entre los genéricos y la medicina comercial?

La diferencia entre los genéricos y la medicina comercial *no está en su calidad, sino más bien en sus precios*. Los medicamentos genéricos son medicamentos de menor precio, preferentemente los genéricos son solo una fracción de los precios de sus equivalentes de marca.

3.11.2 DEPENDIENTES DE FARMACIA

- a. Farmacia CHRISTIAN ANDRÉS ubicada en la Florida Norte (Solange Burgos).

¿Recomienda medicina genérica a sus clientes?

Se recomienda medicina genérica a los clientes; hay ocasiones en que el cliente va a la farmacia y pide por ejemplo Tempra o Febrax y no alcanza el dinero, entonces le recomiendo Acetaminofen que es el genérico; algunos lo llevan otros prefieren volver hasta tener la cantidad suficiente de dinero.

¿Cuándo el cliente pide genérico lo hace por el nombre genérico o por el nombre de la marca comercial?

En su mayoría piden por el nombre del genérico mismo. Otros piden el genérico de un medicamento de marca determinado.

¿Qué vende más, genérico o medicina de marca?

Diría que es un 50% para medicina de marca y 50% para genérica.

¿Alguna vez ha recibido quejas sobre efectos secundarios o poca efectividad de la medicina genérica?

Llevo 4 años trabajando vendiendo medicina en la farmacia y nunca he recibido ninguna queja en cuanto a su efectividad o efectos secundarios.

- b.** Farmacia PRINCESITA ubicada en Colinas de la Florida Norte (Jefferson Torres)

¿Usted recomienda medicina genérica a sus clientes?

Si he recomendado medicina genérica a los clientes; aunque regularmente no lo hace porque en la farmacia no se vende muchos genéricos ya que los dueños *prefieren comprar medicina de marca porque los clientes lo prefieren y dejan un mayor margen de utilidad.*

¿Cuándo el cliente pide genérico lo hace por el nombre genérico o por el nombre de la marca comercial?

Cuando el cliente pide genéricos, lo hacen pidiendo el genérico de la marca comercial, por ejemplo “tiene el genérico de Febrax”.

¿Qué vende más, genéricos o medicina de marca?

Al tener la farmacia un mayor stock de medicina de marca; la que más se vende es la comercial en lugar de la genérica; aunque la demanda de medicina genérica ha aumentado.

¿Alguna vez ha recibido alguna queja sobre efectos secundarios o poca efectividad de la medicina genérica?

Nunca he recibido quejas en cuanto a la medicina genérica.

3.11.3 CONSUMIDORES

a. Lourdes Romero

Edad: 24 años

¿Ha consumido medicina genérica?

No

¿Qué opinión tiene de la medicina genérica; cree que posee alguna desventaja la medicina genérica?

No confío mucho en la medicina genérica, no tiene el mismo efecto que la de marca y mi médico no me la ha recetado.

¿Si su médico al prescribirle le da el medicamento de marca y le da la opción del genérico?

Yo confío absolutamente en mi médico, pero preferiría comprar el de marca.

b. Narda Zambrano

Edad: 28 años

¿Ha consumido medicina genérica?

Sí.

¿Qué opinión tiene de la medicina genérica; cree que posee alguna desventaja la medicina genérica?

Pienso que es buena, económica; pero pienso que no es tan efectiva como la de marca, tengo que tomar mayores dosis para que me haga efecto.

¿Si su médico al prescribirle le da el medicamento de marca y le da la opción del genérico?

Consumiría el de marca; porque me hace efecto más rápido.

c. Sofía Fabara

Edad: 26 años

¿Ha consumido medicina genérica?

Si.

¿Qué opinión tiene de la medicina genérica; cree que posee alguna desventaja la medicina genérica?

No la consumo porque no me hace el mismo efecto; tengo que tomar mayores dosis para que me haga efecto como el de marca.

¿Si su médico al prescribirle le da el medicamento de marca y le da la opción del genérico?

Aunque me prescriba solo el genérico le pediría que me de el de marca; porque termino gastando más con los genéricos que comprando el de marca. Si siento que me cura pero con dosis mayor.

d. Teresa Moyano

Edad: 30 años

¿Ha consumido medicina genérica?

Si

¿Qué opinión tiene de la medicina genérica; cree que posee alguna desventaja la medicina genérica?

Pienso que el efecto es el mismo; y pienso que el genérico es más económico.

¿Si el médico al prescribirte te da el medicamento de marca y te da la opción del genérico?

Prefiero el genérico; solo si el médico prescribe marca en lugar del genérico por contraindicaciones o efectos secundarios o porque me lo aconseja consumiría entonces el de marca.

e. José Ramírez

Edad: 56 años

¿Ha consumido medicina genérica?

Si

¿Qué opinión tiene de la medicina genérica; cree que posee alguna desventaja la medicina genérica?

Siento que el genérico se demora más en ser efectivo; lo consumiría por enfermedades leves.

Si el médico al prescribirte te da el medicamento de marca y te da la opción del genérico. ¿Cuál escogerías?

Si el doctor me lo receta entonces confío.

3.11.4 PRODUCTORES

a. GRUFARQUIMICA

Ciudadela Albatros, calle Pinzón 211

Entrevistado: Pedro Ferreti (Gerente)

Grufarquímica está en el Ecuador desde 1964; su gerente Pedro Ferretinos comenta que MK fue el primer importador de genérico en el país.

Es importante mencionar que el costo de producir medicamentos de marca es del 1 al 2% del precio de venta. Y solo el 15% de la población mundial tiene la posibilidad de adquirir medicamentos de marca; por lo cual existe un gran nicho de mercado (85%) al cual está dirigida la

medicina genérica; pero los laboratorios farmacéuticos crean restricciones a este nicho con la creación y prolongación de patentes a nivel mundial (20 años); lamentablemente ven el profit y no la humanidad, señala.

El problema principal en Ecuador con la medicina genérica es que los doctores tienden a sentir resistencia al prescribir medicamentos genéricos; al parecer ellos se sienten mal al prescribir medicina genérica (prestigio disminuye); en muchos de los casos.

Mientras doctores, farmacéuticos y el Estado; no tomen conciencia del beneficio social que produciría un consumo masivo de medicamentos genéricos; tendremos el problema de elevados costes de salud pública; ya que cabe mencionar que la participación de los medicamentos genéricos en el mercado ecuatoriano es apenas del 5%.

3.12 Factores Críticos de la Investigación Exploratoria

3.12.1 DOCTORES

1.-Desconfianza de recetar medicina genérica de laboratorios no conocidos. *Los doctores solicitan mayor regulación en cuanto a las normas de calidad y promoción por parte del Estado.*

2.-Resultados de medicamentos genéricos igual que medicina comercial (posología es igual).

3.-Existe confianza de prescribir medicina genérica a pacientes de escasos recursos.

4.-Para ciertas enfermedades no recomiendan medicina genérica (beneficios no esperados).

3.12.2 DEPENDIENTES DE FARMACIA

1.-Medicamentos de marca dejan un mayor margen de utilidad que los medicamentos genéricos (motivos por el cual no hay incentivo para recomendarlo).

2.-Los consumidores en su mayoría piden el medicamento genérico por el nombre de la marca comercial.

3.12.3 CONSUMIDORES

1.-Sienten que no es tan efectivo como el de marca (se demoran más en hacer efecto y necesitan mayores dosis).

2.-Si el Doctor receta medicina genérica; los consumidores en su mayoría aceptan la opción de genérico (existe plena confianza en su médico).

3.12.4 PRODUCTORES

1.-Resaltan la ventaja de precio de los genéricos respecto a la medicina de marca; y la oportunidad de un nicho de mercado del 85% de la población mundial a la cual está dirigida la medicina genérica.

2.-Restricciones por parte de los laboratorios de marcas (prolongación de patentes).

3.- En Ecuador el principal efecto indeseable es que los doctores en su mayoría sienten resistencia de prescribir medicina genérica a sus pacientes.