



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN

ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

**PROMOCIÓN FARMACÉUTICA Y SU RELACIÓN CON LA PRESCRIPCIÓN DE
MEDICAMENTOS EN EL SECTOR FARMACEUTICO, 2020**

Línea de investigación:
Gestión empresarial e inclusión social

Tesis para optar el grado académico de
Maestro en Marketing y Negocios Internacionales

Autor:
Santibañez Bravo, Luis Eduardo

Asesor:
Bazán Briceño, José Luis
(ORCID: 0000-0001-8604-3260)

Jurados:
Alzamora Carrión, José Henry
Flores Coronado, Miriam Liliana
Rivero Cuellar, Alipio

Lima – Perú
2022

DEDICATORIA

A Dios por ser la fuerza para nunca darme por vencido.

A mis padres por ser mi ejemplo de lucha constante.

A mi esposa e hijos.

RECONOCIMIENTO

Mi especial reconocimiento para los distinguidos Miembros del Jurado:

Dr. Alzamora Carrión, José Henry

Dra. Flores Coronado, Miriam Liliana

Dr. Rivero Cuellar, Alipio

Por su criterio objetivo en la evaluación de este trabajo de investigación.

Asimismo, mi reconocimiento para mi asesor:

Mg. Bazán Briceño, José Luis

Por las sugerencias recibidas para el mejoramiento de este trabajo.

Muchas gracias para todos.

ÍNDICE

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
RECONOCIMIENTO	iii
ÍNDICE	iv
INDICE DE TABLAS.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1.Planteamiento del problema	2
1.2.Descripción del problema	3
1.3.Formulación del problema.....	4
1.3.1. Problema general	4
1.3.2. Problemas específicos.....	4
1.4. Antecedentes.....	5
1.4.1. Antecedentes nacionales.....	5
1.4.2. Antecedentes internacionales.....	10
1.5.Justificación de la investigación.....	17
1.6.Limitaciones de la investigación	18
1.7.Objetivos.....	19
1.7.1. Objetivo general	19
1.7.2. Objetivos específicos.....	19
1.8.Hipótesis	19

1.8.1.	Hipótesis general	19
1.8.2.	Hipótesis específicas.....	20
II.	MARCO TEÓRICO.....	21
2.1.	Marco conceptual	21
2.1.1.	Promoción farmacéutica.....	21
2.1.2.	Prescripción de medicamentos.....	23
III.	MÉTODO	26
3.1.	Tipo de investigación	26
3.2.	Población y muestra.....	27
3.3.	Operacionalización de las variables	29
3.4.	Instrumentos	29
3.5.	Procedimientos	30
3.6.	Análisis de datos.....	30
3.7.	Consideraciones éticas.....	31
IV.	RESULTADOS	32
V.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	39
VI.	CONCLUSIONES	43
VII.	RECOMENDACIONES.....	45
VIII.	REFERENCIAS	46
XI.	ANEXOS	49
	Anexo A. Matriz de Consistencia	50
	Anexo B: Instrumento de recolección de datos.....	51
	Anexo C. Ficha de validación de instrumento por juicio de expertos.....	55

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Operacionalización de las variables.....	29
Tabla 2	Estadísticas de fiabilidad	31
Tabla 3	Correlación entre la promoción farmacéutica y la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.....	32
Tabla 4	Correlación entre las visitas médicas farmacéuticas y la prescripción de en el sector farmacéutico, 2020.....	33
Tabla 5	Correlación entre las muestras médicas y la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.....	34
Tabla 6	Correlación entre la educación médica continua y la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.....	35
Tabla 7	Correlación entre la educación médica continua y la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.....	36
Tabla 8	Correlación entre los regalos y obsequios y la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.....	37
Tabla 9	Correlación entre la publicidad en revistas y jornales médicos y la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.....	38

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Promoción farmacéutica y su relación con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020” tuvo como objetivo determinar si la promoción farmacéutica se relacionó con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020. La metodología empleada ha sido de tipo básico con un enfoque cuantitativo, de estudio descriptivo, contando con un diseño no experimental de método correlacional y de corte transversal. La población objeto de estudio, está constituida por médicos con los que se trabaja en el sector farmacéutico 2020, los cuales ascienden a 9000 médicos, mientras que la muestra de estudio se determinó en 368 médicos que ejercen labor en el sector farmacéutico 2020. Para la recopilación de datos se utilizó como instrumento, la encuesta a través de cuestionarios. Los resultados demostraron que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.823** y el sigma (bilateral) es de 0,000 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05, concluyendo en que las promociones farmacéuticas se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico.

Palabras claves: Promoción, farmacéutica, prescripción, medicamentos.

ABSTRACT

In the present research work entitled "Pharmaceutical promotion and its relationship with the prescription of drugs in the pharmaceutical sector, 2020" aimed to determine if pharmaceutical promotion will be related to the prescription of drugs in the pharmaceutical sector, 2020. The methodology was of a basic type with a quantitative approach, the descriptive study, with a non-experimental design. Cross-sectional correlational method The population under study is made up of the doctors with whom it works in the pharmaceutical sector, 2020, which amount to 9000 doctors. While the study sample was determined in 368 doctors who work in the pharmaceutical sector, 2020 for the data collection the instrument was used, the survey through questionnaires. The results showed that Spearman's Rho correlation coefficient, which has the value of 0.823 ** and the sigma (bilateral) is 0.000, which is less than the theoretical parameter of 0.05, concluding that pharmaceutical promotions are related significantly with the prescription of drugs in the pharmaceutical sector.

Keywords: Promotion, pharmaceutical, prescription, drugs.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad hay diversos tipos de promociones de productos farmacéuticos siendo estos accesibles a los consumidores. La industria farmacéutica es una de las empresas que emplea esta actividad para poder generar mayores y al mismo tiempo brindar promociones a los clientes para crear y mantener relaciones con ellos fidelizando a los pacientes con la empresa. La industria farmacéutica emplea gran parte de su presupuesto en promocionar sus productos mediante visitadores médicos, los cuales acuden a los médicos, ofreciendo regalos y presentes, como también cortesías de los productos farmacológicos como una forma de publicidad. Otra forma de patrocinar es mediante los eventos educativos, conferencias y congresos que se dan cada año por los avances de la ciencia y nuevas investigaciones. Siendo estas la mayoría de las actividades para obtener la fidelidad de los médicos como de los pacientes. Al lograr este objetivo existe mayor probabilidad de efectuar las prescripciones de los medicamentos éticamente promocionados.

La relación entre la industria farmacéutica y los médicos, siempre ha generado controversia siendo motivo de diversas investigaciones, especialmente en la forma de promocionar los medicamentos, estas técnicas de promociones pueden influenciar a los profesionales de salud en las decisiones médicas asociadas a los hábitos de prescripción. La receta o prescripción médica es la conexión que existe entre los pacientes y la industria farmacéutica.

Es por eso que en la presente investigación se busca encontrar si las promociones farmacéuticas se relacionan con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

El medicamento es un producto que presenta algunas particularidades en relación con otros insumos de salud. El mercado de medicamentos exhibe estructuras de competencia imperfecta. Los productores, distribuidores y prescriptores (la oferta) tienen la capacidad de inducir la demanda de medicamentos. Además, la promoción en la elección de las alternativas terapéuticas incentiva los medicamentos de marca, sobre todo los más nuevos y más caros.

Para un mayor entendimiento el estudio contiene: Planteamiento del problema, conformado por la descripción y formulación del problema, los antecedentes internacionales y nacionales identificando cada tesis citada hacen referencia al tema principal de investigación. La justificación y limitaciones de la investigación y los objetivos e hipótesis. Marco teórico, conformado por el marco conceptual, Bases teóricas desarrollando las variables dimensiones e indicadores cerrando esta parte con la decisión de términos.

Método, conformado por el tipo de investigación, la población y muestra, operacionalización de variables, el instrumento, los procedimientos y el análisis de datos. Resultados, conformador por la contrastación de hipótesis y el análisis e interpretación. Discusión de resultados, conformado por la discusión, conclusiones y recomendaciones. Referencias bibliográficas. Anexos, conformado por la matriz de consistencia, instrumento y formato de juicios de expertos.

1.1. Planteamiento del problema

Las estadísticas de la OMS muestran que “en el mundo más del 50 % de todos los medicamentos se recetan, se dispensan o se venden en forma inadecuada. Al mismo tiempo, alrededor de un tercio de la población mundial carece de acceso a medicamentos esenciales y el 50% de los pacientes los toman de forma incorrecta”

En los últimos 50 años, los visitadores médicos se han constituido en el principal medio de comunicación para transmitir información sobre mercadotecnia de productos farmacéuticos

mediante la visita a médicos. Esta actividad representa el 60 % de los gastos del área de ventas de la industria farmacéutica. En Estados Unidos la información brindada en la mercadotecnia de los visitantes médicos está regulada y supervisada para asegurar su consistencia con lo estipulado por la Agencia de Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA). En el 2010, el 11 % de los médicos estadounidenses tenían restringido el contacto con visitantes médicos y 34 % tenían algunas restricciones para contactar con los visitantes médicos

Los medicamentos son promocionados en la actualidad por los visitantes médicos mediante la exposición de sus principales características, ventajas y beneficios, como también la entrega de muestras médicas para persuadir a los médicos de prescribirlos; dichas actividades requieren que los visitantes médicos tengan formación y adiestramiento adecuados, además de integridad ética para presentar información sobre medicamentos y realizar otras actividades de promoción de sus productos de manera correcta y responsable.

La publicidad y promoción farmacéuticas, conocidas también con el nombre de “marketing farmacéutico”, forman parte, desde hace muchas décadas, de la labor diaria, tanto de los médicos generales y especialistas, como de estudiantes y residentes de medicina. La promoción es para la industria farmacéutica una de las actividades de mayor inversión monetaria, muy similar al presupuesto invertido en investigación y desarrollo en los últimos diez años.

1.2.Descripción del problema

Los mecanismos de promoción y publicidad que realiza la industria farmacéutica ejercen influencia en los hábitos de prescripción. Existen dispositivos legales, acuerdos y recomendaciones respecto a la promoción y publicidad de medicamentos, establecidos en la Ley General de Salud (Capítulo III, Artículos 69°, 70°, 71° y 72°), el Código de la Federación Internacional de la Industria del Medicamento (FIIM): «Normas de comercialización de

productos farmacéuticos», y las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS): «Criterios éticos para la promoción de medicamentos», sin embargo, con frecuencia se constatan transgresiones a las mismas.

La relación entre los médicos y la industria farmacéutica es muchas veces controversial y ha sido objeto de investigación, especialmente la relación de la promoción de esta industria y la forma en que puede llegar a influenciar, mediante técnicas de persuasión en las decisiones médicas asociadas a los hábitos de prescripción.

La finalidad de las actividades promocionales es crear y mantener relaciones de largo plazo con los profesionales de salud autorizados en prescribir medicamentos, para lo cual la industria farmacéutica emplea una gran inversión en promocionar productos mediante visitadores médicos, muestras médicas, regalos, cortesías, publicidad en diversos medios audiovisuales y literatura donde la ley lo permita, patrocinar diversos eventos educativos de divulgación, entrenamientos, conferencias y congresos. Todas estas actividades dirigidas a captar la atención y fidelidad de los médicos, principalmente a los más reconocidos y con mayor cantidad de pacientes, ya que así hay mejor posibilidad de lograr la prescripción de los medicamentos éticos promocionados, por lo que se sabe que la receta o prescripción es el origen de una venta para la industria farmacéutica.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿La promoción farmacéutica se relacionará con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020?

1.3.2. Problemas específicos

- ¿Las visitas médicas farmacéuticas se relacionarán con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020?

- ¿Las muestras médicas relacionarán con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020?
- ¿La educación médica continua se relacionará con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020?
- ¿Los congresos y conferencias se relacionarán con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020?
- ¿Los regalos y obsequios se relacionarán con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020?
- ¿La publicidad en revistas y jornadas médicas se relacionarán con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020?

1.4. Antecedentes

1.4.1. Antecedentes nacionales

Florián (2016). Elaboró en su investigación titulada “Percepción sobre promoción farmacéutica y prescripción de medicamentos en médicos Lima, Perú 2016”. En el trabajo de investigación se estudió si existe algún conflicto de tipo ético entre la promoción farmacéutica y los médicos al prescribir medicamentos y la promoción farmacéutica” por medio de una encuesta en los meses de 2016 a 2731 médicos de alto nivel prescriptor los cuales laboraban en Centros de salud como MINSA, Essalud, clínicas privadas y consultorios particulares Se consideraron médicos generales, ginecólogos, pediatras, oftalmólogos e internistas, 487 médicos respondieron la encuesta (363 en la modalidad virtual y 124 de manera presencial). El cual se desarrolló en el distrito de Lima: Universidad San Ignacio de Loyola. Escuela de Postgrado 2017. El resultado fue 44,8 % de los médicos consideró que no existía ningún conflicto ético entre la promoción realizada por la industria farmacéutica y la prescripción de dichos medicamentos (47,3 % en mujeres y 43,3 % en varones). Por otro lado, 55,9 % de

médicos esta poco o nada de acuerdo con el enunciado de que la promoción farmacéutica está debidamente regulada en el Perú (47,3% mujeres y 42,3% hombres).

Se puede apreciar la relación de los médicos y profesionales de salud con la industria farmacéutica, visitadores médicos y los pacientes, en beneficio del sistema de salud y la sociedad peruana sugiriendo establecer criterios éticos de promoción para productos farmacéuticos para generar calidad, desarrollo e investigación.

Bohórquez (2019). Elaboró en su investigación titulada “Actitud de los médicos hacia la promoción farmacéutica virtual”, tesis para optar el grado de doctor en administración, en la Universidad San Ignacio de Loyola en Perú” La presente investigación tuvo como objetivo determinar la actitud de los médicos hacia la promoción farmacéutica virtual en Perú y sus factores determinantes. El modelo propuesto validado a través del modelo de ecuaciones estructurales (SEM) revela que los factores que influyen significativamente en la actitud de los médicos están determinados por: percepción del contenido informativo, conveniencia de uso, facilidad de uso, servicios adicionales, y características de los médicos. Por el contrario, los factores que no influyen significativamente están determinados por: interacción personal, muestras médicas y experiencia del médico. Los resultados evidencian que la actitud de los médicos hacia la promoción farmacéutica virtual es significativa y positiva. Asimismo, la presente investigación puede ser de utilidad para los médicos, así como para la industria farmacéutica en Perú, con la finalidad de orientar sus recursos de tiempo y de marketing respectivamente. Lo indicado debido al gran número de pacientes, los horarios ocupados y la mayor presión de trabajo de los médicos, que no permiten brindar el tiempo suficiente a los representantes médicos para promocionar los beneficios de sus productos, aunado a los grandes esfuerzos de marketing de la industria farmacéutica para incrementar su fuerza promocional de ventas. Por lo indicado, la promoción farmacéutica virtual se presenta como una alternativa a la promoción farmacéutica tradicional (cara a cara) en Perú.

Márquez (2017). Elaboró en su investigación titulada “Evaluación de la prescripción de medicamentos en pacientes asegurados que acuden a la Clínica Selva Amazónica Iquitos – 2017”, en la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana en Perú. El trabajo se basó en la Evaluación de la Prescripción de Medicamentos en pacientes asegurados que acuden a la Clínica Selva Amazónica Iquitos - 2017. Objetivos: Evaluar la prescripción de los medicamentos en pacientes asegurados que acuden a la Clínica Selva Amazónica de Iquitos. Material y métodos: Se realizó un estudio descriptivo, transversal y cuantitativo. Se recolectó aleatoriamente información de 456 recetas de pacientes ambulatorios atendidos la Clínica Selva Amazónica entre los meses de julio, agosto, setiembre y octubre del año 2017, evaluándose el cumplimiento de las Buenas Practicas de Prescripción (BPP). Resultados: De 456 de recetas evaluadas, el 94% se encontraron incorrectamente llenadas. Respecto a los datos del paciente se encontró que un 87,06% cumple de manera satisfactoria, en cuanto a los datos del medicamento se obtuvo que un 60,53 % omitió por lo menos un ítem, siendo la más resaltante vía de administración con un 76,97%, la frecuencia de administración con un 76.75% y la duración del tratamiento con 74,78%. En legibilidad se obtuvo que el 75.66% y en el llenado de datos por el prescriptor se obtuvo que un 96,27% lo hizo de manera correcta fue legible para el paciente. Conclusiones: En el presente trabajo se concluyó que el porcentaje de recetas incompletas continúa siendo elevado (94%); respecto a los Datos del Paciente se cumplió con un 80,06% del buen llenado, con respecto a las deficiencias en el buen llenado de prescripción relacionadas a los Datos del Medicamento (Denominación común internacional) tenemos que un 27% que omiten este dato de las recetas atendidas, También se encontró un mayor resultado positivo en la buena calidad de prescripción en Datos del Prescriptor, ya que, en la prescripción de las recetas médicas, se cumple con más del 95%. Este estudio servirá para generar alerta con respecto a la calidad de las recetas, abriendo paso a nuevas investigaciones sobre el tema.

Palomino (2018). En la tesis titulada “Influencia del marketing farmacéutico en el consumo de medicamentos en usuarios de farmacias y boticas. Chorrillos. Agosto – octubre 2018, tesis para optar el título profesional de químico en la Universidad Norbert Wiener, en Lima, Perú. Se realizó el trabajo de investigación: Influencia del marketing farmacéutico en el consumo de medicamentos en usuarios de farmacias y boticas del Distrito de Chorrillos durante el mes de agosto – octubre 2018, tuvo como objetivo determinar el nivel de influencia del marketing farmacéutico sobre el consumo de fármacos en la población de Chorrillos. La metodología utilizada fue transversal, descriptiva, observacional. Los resultados fueron que el 94,44% (136 usuarios) del total de encuestados manifiesta que el Marketing farmacéutico SI influye significativamente en el consumo de un medicamento, el 1,39% (2 usuarios) respondieron que NO y el 4,17% (6 usuarios) respondieron que A VECES. El grupo terapéutico de medicamentos de mayor consumo producto de la influencia del Marketing Farmacéutico fueron los Analgésicos y antiinflamatorios (Panadol, Dolocordralan, Apronax) con un 38.9% (56), seguido de los antigripales (Panadol Antigripal) con un 22,7% (32), Antimigrañosos (Tapsyn Migraña) con un 10,4% (15); Hepatoprotector (Hepabionta) con 9% (13); antihistamínico (Hisaler) con 8,3% (12). Otros fármacos alcanzan un 11,1% (16), lo que alcanza 144 fármacos expendidos producto del marketing farmacéutico. El medicamento de mayor consumo fue el Panadol con un 16,7% (24), seguido de Dolocordralan con un 13,2% (19), Nastizol alcanza un 12,5% (18), tapsyn migraña con un 10,4% (15 tab.), Panadol antigripal con 9,7% (14); Apronax y Hepabionta con 9% (13) cada uno, e Hisaler con 8,3% (12). Otros fármacos alcanzan un 11,1% (16), lo que alcanza 144 fármacos expendidos producto del marketing farmacéutico. Conclusiones: El marketing farmacéutico influye significativamente en el consumo de medicamentos en la población de Chorrillos.

Quispe (2017). Elaboró en su investigación titulada “Gestión de abastecimiento de medicamentos y la calidad de servicios en la farmacia central del Hospital María Auxiliadora, Lima – 2017” tesis para optar el grado académico de maestro en gestión pública en la Universidad Cesar Vallejo. Lima, Perú. La presente investigación Gestión de abastecimiento de medicamentos y la calidad de servicios en la farmacia central del Hospital María Auxiliadora, Lima – 2017, tuvo como objetivo de determinar como la gestión de abastecimiento de medicamentos se relaciona con la calidad de servicio recibido por los pacientes internos del Hospital María Auxiliadora, 2017. El tipo de investigación desarrollada se enmarcó dentro de la investigación cuantitativa, cuyo diseño fue de tipo descriptivo-correlacional. La población estuvo constituida por 140 pacientes internos del Hospital María Auxiliadora”. La muestra lo constituyó 102 clientes internos, cantidad que se determinó al aplicar la fórmula estadística y se aplicó el muestro aleatorio simple. Se empleó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario que estuvo constituido por 20 ítems para la variable gestión de abastecimiento y 22 para la variable calidad de servicio; el instrumento fue validado por investigadores expertos quienes determinaron su aplicabilidad y el resultado de de Alpha de Cronbach ($\alpha=0,957$) que determinó una alta confiabilidad. Para determinar la relación entre las variables de estudio se empleó la prueba paramétrica Rho de Spearman a un nivel de significación del 0.05. Los resultados indicaron que existe un nivel de correlación alta ($r_s=0,619$) entre ambas variables y concluyó que existe una relación significativa ($p=0,000$) entre la gestión de abastecimiento de medicamento y la calidad de servicio en la farmacia central del Hospital María Auxiliadora, en el año 2017. Palabras Clave: gestión de abastecimiento, calidad de servicio, farmacia central del Hospital María Auxiliadora.

1.4.2. Antecedentes internacionales

Viña y Debesa (2017). Elaboraron un artículo titulado “La industria farmacéutica y la promoción de los medicamentos. Una reflexión necesaria.” para la revista Gaceta Médica Espirituana. La industria farmacéutica a nivel internacional tiene entre sus estrategias la propaganda de medicamentos directa al consumidor, para incrementar sus ganancias. Valorar cómo puede influir la promoción inadecuada en el uso racional de medicamentos y como se presenta en Cuba. Se realizó una búsqueda de información, en fuentes primarias y secundarias, sobre promoción y uso no adecuado de los medicamentos. Como resultado se encontró que la propaganda realizada de manera directa al consumidor genera un aumento de las ventas de los productos anunciados, lo cual hace de la promoción una herramienta esencial de marketing para la industria farmacéutica internacional, situación que no es uniforme, sino que varía de un país a otro con un denominador común: las anomalías mayores presentes en los países en desarrollo. La Organización Mundial de la Salud en 1988 publicó los “Criterios éticos para la promoción de medicamentos”, los cuales sirven de base para elaborar regulaciones sanitarias por parte de las autoridades nacionales de salud que permitan garantizar la calidad, seguridad y eficacia de los medicamentos. El trabajo conjunto entre autoridades sanitarias, profesionales de la salud y pacientes permitirá lograr un uso adecuado de los medicamentos sin el sesgo que conllevan los mensajes promocionales.

Rodríguez, et. al. (2017). Elaboraron un trabajo de investigación “La dispensación como herramienta para lograr el uso adecuado de los medicamentos en atención primaria” para la revista cubana de medicina General Integral. Se hace urgente la necesidad de implementar estrategias que coadyuven al uso adecuado y eficiente de las alternativas farmacoterapéuticas disponibles. Como objetivo se desea destacar el papel de la dispensación profesionalizada como herramienta básica para lograr el uso adecuado de los medicamentos. La metodología utilizada fue un estudio donde se aplicó el método cualitativo, mediante una revisión

bibliográfica y documental sobre el tema en fuentes de datos digitales. Se revisaron artículos publicados sobre el tema a través de los buscadores. Se usaron los descriptores DeCs-MeSH: dispensación, uso racional, medicamento. La conclusión a la que se llegó fue que el uso racional de los medicamentos implica la participación activa del farmacéutico, el cual debe brindar una óptima atención farmacéutica. En la actualidad, la sociedad se enfrenta al reto de preparar profesionales farmacéuticos capacitados para desarrollar prácticas farmacéuticas centradas en el paciente y una correcta dispensación de los medicamentos.

Zaita, et. al. (2017). En su trabajo titulado “Estrategia para fomentar la promoción de salud en Técnico Medio en Servicios Farmacéuticos.” para la revista de educación médica del centro *EDUMECENTRO*. El objetivo de la presente investigación fue elaborar una estrategia para promover salud en la formación de los estudiantes de Técnico Medio en Servicios Farmacéuticos. La investigación se realizó en la Facultad de Tecnología de la Salud "Julio Trigo López" de la Universidad de Ciencias Médicas de Villa Clara, durante los meses de septiembre 2014 a junio 2015. Se emplearon métodos del nivel teórico: histórico-lógico, analítico-sintético, inductivo-deductivo, modelación y sistémico-estructural; y empíricos: análisis documental, la observación a clases, encuesta en forma de cuestionario y de entrevista y la estadística descriptiva para el procesamiento de los datos.

Los resultados fueron que existen insuficiencias en los programas de la carrera Servicios Farmacéuticos, relacionadas con la inserción de los contenidos sobre promoción de salud, en las clases observadas los docentes no incluyeron aspectos sobre esta temática, lo que fue corroborado por los alumnos, y reconocido por los profesores, por lo que se elaboró una estrategia que fue valorada por criterios de especialistas. Finalmente se llegó a la conclusión de que la estrategia concibe acciones para promover salud a través de dos vías: la curricular y la extracurricular y extensionista, y fue valorada como pertinente, con adecuado enfoque

metodológico y factibilidad de aplicación en el contexto donde se desarrollan los futuros técnicos medios de la salud.

Antúnez (2017). En su trabajo de investigación titulado “Calidad, medio ambiente, seguridad y salud, y control interno en el contexto económico actual: diagnóstico de un laboratorio farmacéutico cubano” para la revista Cofin Habana. El presente trabajo muestra la tendencia creciente en el entorno organizacional a la integración de varios sistemas de gestión, basada en normas internacionales como la ISO 9001 de calidad, la ISO 14001 de medio ambiente y la OSHAS 18001 de seguridad y salud. El tipo de estudio utilizado para este trabajo está compuesto por 2 etapas identificar atributos generales, análisis de la situación actual con encuestas, entrevistas, listas de chequeo.

Los resultados obtenidos fueron que el 75 % de los trabajadores de las plantas opinó de manera favorable con respecto a la promoción de la innovación de productos y procesos en el laboratorio. Por otra parte, las respuestas de los dirigentes de la empresa estuvieron concentradas entre 3 y 5 puntos, En cambio, el 75 % de los trabajadores de la planta 2 ofreció una calificación favorable debido, principalmente, a que en esta planta se concentra la mayor cantidad de innovaciones asociadas al sistema productivo. Del mismo modo ocurrió con las opiniones de los dirigentes, las cuales oscilaron entre 3 y 5 puntos. Este resultado demuestra que es una práctica habitual de la planta de producción el enfoque hacia los riesgos y la gestión de los mismos en cada una de las fases en la que se encuentren. Algo similar ocurrió en las respuestas ofrecidas por los trabajadores de planta 2, las cuales fluctuaron entre 4 y 5 puntos. Esto pone de manifiesto que la organización avanza en el perfeccionamiento de ese importante componente del Control Interno, que resulta de vital importancia para lograr el éxito del Sistema de Gestión de la Calidad.

Costa, et. al. (2017). Elaboraron una investigación titulada “Coordinación entre servicios farmacéuticos para una farmacoterapia integrada: el caso de Cataluña”, para la revista *Ciência y Saúde Coletiva*. Las políticas farmacéuticas han sido consideradas como estratégicas para contribuir con la garantía de la coordinación asistencial y la integración clínica. El presente estudio tiene como objetivo describir los servicios farmacéuticos desarrollados en diferentes niveles asistenciales en la red de salud de Cataluña, así como identificar y analizar los mecanismos e *instrumentos* que actúan como facilitadores y/o barreras para la coordinación de la farmacoterapia. Se trata de un estudio descriptivo de 12 casos de los servicios farmacéuticos hospitalarios, atención primaria y oficinas de farmacia comunitarias. Se identifica avances que relacionan la percepción, formalización y la coordinación asistencial y clínica de los servicios farmacéuticos. Sin embargo, se identifican también fragilidades y situaciones mejorables en cuanto a la coordinación. Se concluyó que las diferentes herramientas e instrumentos implantados, parece facilitar una mayor posibilidad de integración entre servicios farmacéuticos y de éstos con la red de salud para contribuir con una farmacoterapia integrada

Cruz (2015). En su tesis de investigación titulada: “Propuesta de estrategia financiera para la obtención de microcréditos para los medianos productores de café en El Salvador”. tesis para optar el grado de licenciatura en economía y finanzas en la Universidad Dr. José Matías Delgado, El Salvador. Los autores desarrollaron un estudio basándose en la investigación analítica y sustantiva con enfoque cuantitativo y cualitativo, tratándose acerca del impacto de los microcréditos destinados a los medianos caficultores en El Salvador, teniendo como objetivos determinar una propuesta de estrategia financiera para la obtención de microcréditos para los medianos productores de café en El Salvador. Tomando como estudio poblacional al Consejo Salvadoreño del Café, como representante el director de investigación económica, marcando las variables de estudio estrategias financieras y la obtención de los microcréditos, obteniendo como resultados que existe una necesidad latente de parte de los caficultores para

acceder a financiamiento ya sea para renovar el bosque cafetalero, compras de insumos, adquisición de nuevas tierras destinadas al cultivo; por lo que se requiere una dicotomía de esfuerzos en cuanto al sector financiero y las demandas de los productores. Los autores concluyen que el país cuenta con diversos programas de apoyo gubernamental y privados, los cuales han sumado esfuerzos para reactivar la caficultura salvadoreña, estos tienen la finalidad de brindar el financiamiento, asistencia técnica y negociación de compra de insumos, para incrementar las exportaciones del grano y fortalecer al sector en materia de capital y parque cafetalero.

El problema es el desconocimiento de esta información o no saben cómo reunir los requisitos para ser sujetos de estos créditos, aunque cumplan los mismos, ya que son pocas las instituciones que se preocupan por brindar una educación o asesoramiento antes de ofrecer el servicio.

Montero, (2018). En su tesis de investigación titulada: “Café, revolución verde, regulación y liberalización del mercado: Costa Rica (1950 – 2017)”. tesis para optar el grado de doctorado en historia económica en la Universidad de Barcelona, España. El autor realizó un estudio en base a una investigación analítica y transversal con enfoque cuantitativo, tratándose acerca de la evolución del sector cafetalero costarricense durante el periodo de regulación y liberalización del mercado puesto que fue uno de los primeros países latinoamericanos y el primer país centroamericano en cultivar café, teniendo como objetivos determinar la reconfiguración del mercado cafetalero a partir de la liberalización y la dinámica de reconstitución de la producción y comercialización, tomando como estudio poblacional a los productores cafetaleros de Costa Rica, marcando las variable del estudio la regularización y liberación del mercado cafetalero.

Obteniendo como resultados que para una buena producción depende de factores climáticos (altitud, brillo solar, lluvias) y sobre todo una especialización cafetalera para ello se toma en cuenta la densidad de la población y la participación del café para un acceso adecuado a los mercados. El autor concluye que la importancia de la correcta gestión de las áreas forestales para conservar la biodiversidad, pero la ausencia de una correcta adecuación u ordenamiento del territorio ha provocado un crecimiento urbano residencial que gran parte se ha llevado a cabo en zonas cafetaleras y en menor medida en zonas de cultivo anuales sin tener en cuenta los conectores ecológicos entre zona de bosques, páramo y manglar. En el caso de Costa Rica se evidencio que al ganar reconocimiento mundial perdía la conectividad eco paisajística, por ese modo se ha tendido que aislar esas reservas de biodiversidad dentro de la matriz territorial del país.

Flores (2015). En su tesis de investigación titulada: “Proceso administrativo y gestión empresarial en Coproabas, Jinotega”. tesis para optar al título de maestría en gerencia empresarial en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, en Managua. El autor realizó un estudio en base a una investigación descriptiva, no experimental y exploratoria con enfoque cualitativo, tratándose acerca de proceso Administrativo y gestión empresarial de la Cooperativa de Productos de Alimentos Básicos, durante el periodo 2010-2013. Pretendiendo constatar si se aplica continua y adecuadamente sus conceptos, que les permita administrar de manera eficiente y productivamente la cooperativa, teniendo como objetivos determinar que todo la maquinaria y que personal funcionen bien, también colocar y tener aptos para uso inmediato el lugar y las instalaciones adecuadas a un precio razonablemente accesible, asimismo facilitarles la adquisición a los clientes que compran por correo incluyendo tiendas y distribuidores, tomando como estudio poblacional a la ciudad de Jinotega marcando las variable de estudio Proceso Administrativo y Gestión Empresarial, obtenido como resultados que el proceso administrativo y gestión empresarial de la cooperativa de producto de alimentos

básicos, se llevó a cabo de forma parcial, ya que no hubo un buen funcionamiento de los procesos administrativos y la gestión empresarial.

Esto se observó de manera limitada por los pobres conocimientos administrativos de los órganos directivos que trabajan y el poco compromiso de alguno de ellos, además, se realizó un planteamiento de alternativas de soluciones para mejorar el desempeño administrativo en la cooperativa. El autor concluye que, de acuerdo a la valoración en cuanto a los procesos administrativos y gestión de la empresa, se ven con conocimientos muy limitadas y que trabajan en base a su experiencia y la falta de compromiso en muchos de ellos, a consecuencia de ello se observa que no cumplen con el desempeño de una buena gestión administrativa. Para lo cual se desarrolló una encuesta a profesionales precisando de qué manera se puede ejercer eficientemente sus labores.

Márquez, (2016). En su tesis de investigación titulada: “Los cambios productivos y el factor trabajo en el cultivo de café de comercio justo en Guatemala” tesis para optar el grado de doctor en la Universidad Politécnica de Valencia en España. El autor realizó un estudio en base a una investigación descriptivo y no experimental con enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), tratándose acerca del potencial de incremento de los ingresos de los pequeños productores a través de un aumento de la productividad superior al sistema de precios mínimos garantizados; algunos investigadores sugieren que concentrar los esfuerzos en promover incrementos de productividad permitiría mejorar los efectos distributivos del Comercio Justo a través del aumento de trabajo asalariado que ello supondría, teniendo como objetivos determinar en qué medida los diferentes productores de café de comercio justo presentan distintos niveles de productividad, así como su capacidad que permitan incrementarla; cuantificar la carga de trabajo asociada a los diferentes tipos de explotaciones, y analizar en qué medida el volumen de trabajo repercute sobre la productividad de la explotación y su capacidad para implementar mejoras productivas y examinar la repercusión que la dualidad en

el cultivo de café -convencional o ecológico- tiene sobre la productividad de las explotaciones, los cambios productivos o la carga de trabajo tomando como estudio poblacional a la región Huista de Guatemala (encuestas aplicada a 200 caficultores) marcando las variable de estudio los cambios productivos y comercios justos, obtenido como resultados que existe un potencial de incremento de los rendimientos en las explotaciones a través de la inclusión de nuevas técnicas de manejo que repercute directamente sobre los ingresos de los caficultores. el autor concluye que la incorporación de cambios y mejoras de las labores productivas se relaciona directamente con unos rendimientos más elevados de explotación cafetalera, pero estas mejoras no solo repercuten sobre la renta de los productores sino que también afecta al resto de la comunidad por tanto incrementa la remuneración de los trabajadores rurales; también una buena iniciativa es el cultivo ecológico el cual sigue unos estándares de producción que optimizan la utilización de recursos naturales sin emplear insumos químicos protegiendo de esta manera el medio ambiente y la salud de los consumidores siendo este el producto más demandado en el mercado internacional superando en costo al café convencional.

1.5. Justificación de la investigación

1.5.1. Justificación teórica

El presente estudio tiene la intención de establecer si la promoción farmacéutica se relaciona con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico. El trabajo busca establecer el tipo y grado de relación que existe entre ambas variables, para que los responsables puedan tener mayor conocimiento.

1.5.2. Justificación metodológica

El desarrollo de esta investigación tuvo una justificación metodológica importante, además de efectuarse un estudio observacional, se efectuó un estudio de análisis descriptivo y

correlacional, con un enfoque metodológico prospectivo con el que se pueda determinar el grado de relación entre las variables y sirva como base para futuras investigaciones.

1.5.3. *Justificación social*

El presente estudio se justifica socialmente en razón a que este proyecto contribuye a conocer los aspectos que son importantes o relevantes de la promoción según los médicos. Debido a esto se podrá actuar y mejorar las promociones, lo cual traería consigo mejoras y beneficios para la empresa, sus funcionarios y trabajadores y en general para el desarrollo de industrias colaterales.

1.6.Limitaciones de la investigación

Limitación teórica

La ausencia moderada de información estadística actualizada relacionada a la prescripción de medicamentos y los métodos de promoción utilizados por las otras empresas farmacéuticas.

Limitación institucional

El ingreso restringido a los hospitales donde laboran los médicos, y el tiempo es un factor importante porque los médicos no tienen un horario establecido para atención promocional.

Limitación económica

El limitado financiamiento económico para la adquisición de los materiales necesarios para la investigación.

1.7.Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Determinar si la promoción farmacéutica se relacionará con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

1.7.2. Objetivos específicos

- Determinar si las visitas médicas farmacéuticas se relacionarán con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.
- Determinar si las muestras médicas relacionarán con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.
- Determinar si la educación médica continua se relacionará con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.
- Determinar si las conferencias y congresos se relacionarán con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.
- Determinar si los regalos y obsequios se relacionarán con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.
- Determinar si la publicidad en revistas y jornales médicos se relacionarán con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

1.8. Hipótesis

1.8.1. Hipótesis general

La promoción farmacéutica se relaciona de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

1.8.2. Hipótesis específicas

- Las visitas médicas farmacéuticas se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.
- Las muestras médicas relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.
- La educación médica continua se relaciona de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.
- Los congresos y conferencias se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.
- Los regalos y obsequios se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.
- La publicidad en revistas y jornadas médicas se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Marco conceptual

2.1.1. *Promoción farmacéutica*

La Organización Mundial de la salud (OMS) define la promoción farmacéutica como toda información y actividades de persuasión desplegadas por fabricantes y distribuidores, cuyo efecto es el inducir la prescripción, la dispensación, la compra y/o el uso de medicamentos.

Las técnicas más comunes de promoción farmacéutica son presenciales con los contactos de los visitadores médicos farmacéuticos, la entrega de muestras gratuitas, regalos simbólicos, artículos de recordatorio, comunicación de patrocinios de educación, también la publicidad mediante folletos, radio, televisión, eventos médicos entre otros (Alam, 2009)

2.1.1.1. Visita médica farmacéutica. Thompson (2009) señala que la Visita Médica es un conjunto ordenado de actividades que el Visitador Médico realiza para informar, persuadir o recordar al profesional en salud facultado para prescribir, acerca de las características, ventajas y beneficios de los productos farmacéuticos que promociona, asumiendo la responsabilidad de proporcionar información técnica - científica para su valoración.

La visita médica farmacéutica (VMF) o detailing por su significado en inglés, se define como la principal actividad de promoción del marketing de manera presencial o cara a cara, para comunicar de manera efectiva mediante los visitadores médicos en su continua interacción con los profesionales de la salud, la información relevante y mensajes promocionales sobre los diversos medicamentos éticos que necesitan de una receta médica para poder ser comercializados a un paciente (Banerjee y Dash, 2011; Ventura et al., 2012).

Dentro de la amplia variedad de estrategias de promoción los visitantes médicos (VM) son el personal clave empleado en la promoción de los medicamentos y representan el 35.5% de los costos de promoción en USA. Los VM tienen una labor muy difícil y complicada en los últimos años, la vienen realizando durante los últimos 50 años y han sido el principal canal de transmisión de información entre la industria farmacéutica y los profesionales médicos. En 2016, alrededor del 11% de los médicos estadounidenses tienen severas restricciones o imposibilidad de recibir a los VM en sus consultorios, mientras un 34% tienen algunas restricciones.

2.1.1.2. Educación médica continua. Martínez, (2013) sostiene que es necesario que el médico en su formación adquiriera una preparación humanística que le permita comprender al individuo que padece una enfermedad, ser solidario con su sufrimiento y tener presente que todas las acciones que tome como médico deben ser sólo motivadas por la necesidad de curar, aliviar y consolar al enfermo. En medicina se dice con frecuencia que un médico debe saber curar, cuando esto no es posible debe aliviar el sufrimiento y cuando ni esto es posible debe ser capaz de consolar.

En realidad, en la medicina actual, el cambio epidemiológico origina patologías crónicas, el médico de hoy debe comprender que, en todos los casos, aún en aquellos que es capaz de curar, necesita aliviar y además consolar, hacer que el enfermo confíe en él. Para esto se necesita algo más que el empleo de los modernos métodos de laboratorio y tecnologías de última generación.

La Real Academia de la Lengua Española define educación, como la acción y efecto de educar; como la crianza, enseñanza y doctrina que se da a los niños y a los jóvenes; así, como la instrucción por medio de la acción docente. La educación permanente es la educación que se desarrolla durante toda la vida y su oferta no depende de la escolaridad; se lleva a todos los

niveles y centra su finalidad en la adaptación a los cambios frecuentes del entorno, “aprender haciendo”, de ahí que inscriba su compromiso en el desarrollo integral del individuo (OPS, 2016).

2.1.2. Prescripción de medicamentos

El acceso a los cuidados de salud comprende el acceso a los medicamentos, ya que gran parte de las acciones de dichos cuidados incluyen su utilización. El medicamento es un producto que presenta algunas particularidades en relación con otros insumos de salud. El mercado de medicamentos exhibe estructuras de competencia imperfecta. Los productores, distribuidores y prescriptores (la oferta) tienen la capacidad de inducir la demanda de medicamentos. Además, la promoción en la elección de las alternativas terapéuticas incentiva los medicamentos de marca, sobre todo los más nuevos y más caros. Existe además una relación de agencia imperfecta, donde el médico actúa como agente del paciente y al mismo tiempo del asegurador/financiador (OPS, 2016).

Según Soto (2006) la prescripción médica es el resultado de un proceso lógico-deductivo mediante el cual el prescriptor, a partir del conocimiento adquirido, escucha el relato de síntomas del paciente, realiza un examen físico en busca de signos, concluye en una orientación diagnóstica y toma una decisión terapéutica. Esta decisión implica indicar medidas como el uso de medicamentos, lo cual es plasmado en una receta médica.

Por otro lado, Collantes y Martínez (2012) sostienen que la prescripción de medicamentos es un acto médico delicado que cuando es mal ejecutado puede ocasionar serios riesgos para la salud e integridad de las personas; aun así, debe reconocerse que se trata de un acto usualmente descuidado; en este sentido se señala que hay consenso en que puede ser por prescribir demasiado, inapropiada, innecesaria e irracionalmente.

La Organización Mundial de la Salud ha establecido que los medicamentos deben reunir cuatro requisitos esenciales: seguridad, eficacia, calidad y accesibilidad. El médico prescriptor tiene el deber de mantenerse actualizada técnica, científica y permanentemente sobre las distintas especialidades medicinales; si bien no debe conocer todo el contenido de la farmacopea, debe estar al tanto del estado actual de la ciencia con relación a los medicamentos que indica dentro del ámbito propio de su especialidad.

Las estrategias de marketing empleadas en la industria farmacéutica contrastan notablemente con otras industrias, debido a que en el mercado de medicamentos recetados hay una clara incumplimiento en el proceso de decisión de compra tradicional, donde, la decisión es del médico, quien elige entre una gran variedad de drogas, pero es el paciente quien las consume y termina pagando la elección hecha por el médico. El papel de intermediario que desempeña el médico no puede ser ignorado en la industria farmacéutica

porque existe en una estructura proveedor-paciente, donde el médico tiene una función determinante y fundamental (Gönül et al., 2001; Kremer et al., 2008).

La prescripción de medicamentos es un acto legal, de responsabilidad profesional, que debe estar regido por estándares éticos y estar basado en las mejores evidencias, el respeto a las guías de tratamiento y la experiencia clínica en los diagnósticos y tratamientos pertinentes. La buena prescripción es aquella que garantiza una terapéutica razonada, no estereotipada y, en definitiva, que el paciente reciba el medicamento (si lo necesita) adecuado según su diagnóstico (OPS, 2016).

La prescripción médica es el resultado de un proceso lógico-deductivo mediante el cual el prescriptor, a partir del conocimiento adquirido, escucha el relato de síntomas del paciente, realiza un examen físico en busca de signos, concluye en una orientación diagnóstica y toma

una decisión terapéutica. Esta decisión implica indicar medidas como el uso de medicamentos, lo cual es plasmado en una receta médica (DIGEMID, 2005).

Los productos farmacéuticos de prescripción, por naturaleza, son de alto riesgo y en algunos casos se puede tener implicaciones de vida o muerte (Hall & Jones, 2007)

III. MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

3.1.1. Tipo

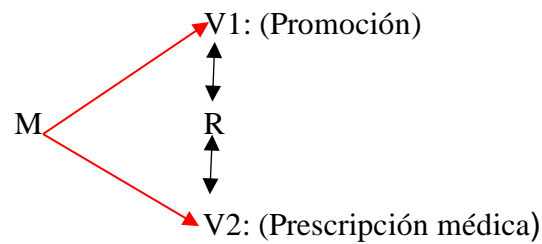
El estudio está enmarcado en el enfoque cuantitativo, y se sustenta con (Hernández et al., 2014, p. 4), “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías”.

La presente investigación es un estudio descriptivo, ya que pretende especificar la relación entre las variables estudiadas (Hernández et al., 2014).

El diseño de la investigación es no experimental ya que no fue necesaria la manipulación del factor causal para la determinación de su relación con los efectos además sólo se describen y analizan su incidencia e interrelación en un momento dado de las variables. (Ramírez et al., 2007)

3.1.2. Nivel

La presente investigación utiliza un método correlacional, porque tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre la promoción y la prescripción médica (Hernández et al., 2014). Así como también es de corte transversal puesto que se recopilan los datos en un momento único (Morán y Alvarado, 2010).



Dónde:

m = Muestras tomadas para observaciones

V. 1 = Variable 1

V. 2 = Variable 2

R = Correlación

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

La población de acuerdo al autor Vara (2015), es “el conjunto de todos los individuos (objetos, personas, situaciones, etc.) a investigar”. La población objeto de estudio, está constituida por los médicos con los que trabaja el sector farmacéutico, los cuales ascienden a 9000 médicos.

3.2.2. Muestra

Según el autor Vara (2015), “la muestra es un subconjunto de la población, es decir, el conjunto de casos extraídos de la población, seleccionados por algún método racional”. La muestra de estudio se determinó en 368 médicos que trabajan con el sector farmacéutico.

La muestra fue de tipo aleatoria-sistemática y su tamaño será calculado usando la siguiente fórmula de población finita con proporciones con un error estimado de 0.05 % y un acierto del 95 %:

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

n = Tamaño de muestra.

z = Desviación de la curva normal

p = Probabilidad de éxito (0.8)

q = 1 - p = 0.2

N = Población

e = 0.1 máximo error permitido

Reemplazando:

$$n = \frac{(1.96)^2 (9000) (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (9000 - 1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 368$$

3.3. Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

Variable	Dimensiones	Indicadores
X. Promoción	X1. Visita médica farmacéutica	Frecuencia y duración de visita médica. Valor de la información recibida por el médico.
	X2. Muestras médicas	Muestras médicas recibidas de la IF. Importancia de la muestra médica.
	X3. Educación médica continua	Calidad de los expositores. Temas expuestos en los eventos.
	X4. Conferencias y congresos	Invitaciones a conferencias. Asistencias a conferencias.
	X5. Regalos y obsequios	Equipos para consultorio. Cenas o refrigerios. Material de escritorio. Material didáctico para consultorios.
		X6. Publicidad en revistas y jornales médicos
Y. Prescripción médica		Y1. Captación de recetas
	Y2. Captación de médicos	Médicos Visitadores médicos Pacientes

Fuente: Elaboración propia.

3.4. Instrumentos

Las técnicas de recolección de datos según (Hernández et al., 2017, citado por Valderrama, 2016) son: la observación que se basa en registrar sistemáticamente lo que se aprecia en determinada situación o acontecimiento.

El instrumento presentado fue elaborado bajo el fin de analizar y medir cada dimensión que se involucran dentro de la investigación. La encuesta fue el instrumento utilizado para el presente trabajo de investigación, realizado de manera escrita, mediante la aplicación de un formulario de preguntas diseñadas bajo la orientación de las variables definidas para esta investigación; las preguntas de tipo cerrada fueron contestadas por el encuestado permitiéndonos tener una amplia cobertura del tema para que posteriormente serán validadas.

La escala de la encuesta se definió de la siguiente manera.

La escala de la encuesta se definió de la siguiente manera:

- (1) Totalmente en desacuerdo.
- (2) En Desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo

3.5. Procedimientos

En el procesamiento de datos se utilizó el software estadístico denominado SPSS en su versión número 25, según el autor (Valderrama, 2016) se utilizará “La estadística descriptiva mediante tablas de frecuencia y diagramas de barra”. Los métodos utilizados en la presente investigación serán la prueba de Rho de Spearman.

3.6. Análisis de datos.

El análisis de datos se basa en función a tablas y graficas obtenidos del procesamiento de datos y los resultados son analizados y comparados con otras investigaciones.

Esta prueba arrojó como resultado un alfa de Cronbach igual a 0, 809 lo cual supone una buena confiabilidad del instrumento.

Tabla 2
Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,809	,809	361

Fuente: elaboración propia

3.7. Consideraciones éticas.

Los aspectos éticos son:

- La tesis cumple con el esquema de la Universidad Nacional Federico Villarreal;
- El objetivo fundamental de la tesis es generar el nuevo conocimiento;
- La tesis es original y auténtica por parte del investigador;
- Los resultados son reales no hubo manipulación de la misma;
- Toda la información es citada respetando la autoría.

IV. RESULTADOS

4.1. Contrastación de Hipótesis

4.1.1. Hipótesis general

H₀: La promoción farmacéutica no se relaciona de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

H_a: La promoción farmacéutica se relaciona de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

Tabla 3

Correlación entre la promoción farmacéutica y la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

		Promoción farmacéutica	Prescripción de medicamentos
Rho de Spearman	Promoción farmacéutica	1,000	,823**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	368
	Prescripción de medicamentos	,823**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000
		N	368

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: elaboración propia

Interpretación: Según los resultados obtenidos para comprobar la hipótesis general se ha obtenido que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.823** y el sigma (bilateral) es de 0,000 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05 lo que nos permite afirmar que la hipótesis alterna se cumple entonces: La promoción farmacéutica se relaciona de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

2. Hipótesis secundarias

a. Hipótesis específica 1

Ho: Las visitas médicas farmacéuticas no se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

Ha: Las visitas médicas farmacéuticas se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

Tabla 4

Correlación entre las visitas médicas farmacéuticas y la prescripción de en el sector farmacéutico, 2020.

		Visitas médicas farmacéuticas	Prescripción de medicamentos
Rho de Spearman	Visitas médicas farmacéuticas	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	. ,698**
		N	368
	Prescripción de medicamentos	Coefficiente de correlación	,698**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	368

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: elaboración propia

Interpretación: Según los resultados obtenidos para comprobar la hipótesis específica 1 se ha obtenido que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.698* y el sigma (bilateral) es de 0,001 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05 lo que nos permite afirmar que la hipótesis alterna se cumple entonces: Las visitas médicas farmacéuticas se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

b. Hipótesis específica 2

Ho: Las muestras médicas no se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

Ha: Las muestras médicas se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

Tabla 5

Correlación entre las muestras médicas y la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

			Muestras médicas	Prescripción de medicamentos
Rho de Spearman	Muestras médicas	Coeficiente de correlación	1,000	,643**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	368	368
	Prescripción de medicamentos	Coeficiente de correlación	,643**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	368	368

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: elaboración propia

Interpretación: Según los resultados obtenidos para comprobar la hipótesis específica 2 se ha obtenido que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.643* y el sigma (bilateral) es de 0,000 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05 lo que nos permite afirmar que la hipótesis alterna se cumple entonces: Las muestras médicas se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

c. Hipótesis específica 3

H₀: La educación médica continua no se relaciona de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

H_a: La educación médica continua se relaciona de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

Tabla 6

Correlación entre la educación médica continua y la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

		Educación médica continua	Prescripción de medicamentos
Rho de Spearman	Educación médica continua	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	368
	Prescripción de medicamentos	Coefficiente de correlación	,671**
		Sig. (bilateral)	,002
		N	368

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: elaboración propia

Interpretación: Según los resultados obtenidos para comprobar la hipótesis específica 3 se ha obtenido que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.671** y el sigma (bilateral) es de 0,002 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05 lo que nos permite afirmar que la hipótesis alterna se cumple entonces: La educación médica continua se relaciona de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

d. Hipótesis específica 4

Ho: La educación médica continua no se relaciona de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

Ha: La educación médica continua se relaciona de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

Tabla 7

Correlación entre la educación médica continua y la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

		Educación médica continua	Prescripción de medicamentos
Rho de Spearman	Educación médica continua	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,671**
		N	. 368
	Prescripción de medicamentos	Coefficiente de correlación	,671**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	,002 368

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: elaboración propia

Interpretación: Según los resultados obtenidos para comprobar la hipótesis específica 3 se ha obtenido que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.671** y el sigma (bilateral) es de 0,002 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05 lo que nos permite afirmar que la hipótesis alterna se cumple entonces: La educación médica continua se relaciona de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

f. Hipótesis específica 6

Ho: La publicidad en revistas y jornales médicos no se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

Ha: La publicidad en revistas y jornales médicos se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

Tabla 9

Correlación entre la publicidad en revistas y jornales médicos y la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

		Publicidad en revistas y jornales médicos	Prescripción de medicamentos
Rho de Spearman	Publicidad en revistas y jornales médicos	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,785**
		N	368
	Prescripción de medicamentos	Coefficiente de correlación	,785**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	368

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: elaboración propia

Interpretación: Según los resultados obtenidos para comprobar la hipótesis específica 6 se ha obtenido que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.785** y el sigma (bilateral) es de 0,005 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05 lo que nos permite afirmar que la hipótesis alterna se cumple entonces: La publicidad en revistas y jornales médicos se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Florián (2016). Elaboró en su investigación titulada “Percepción sobre promoción farmacéutica y prescripción de medicamentos en médicos Lima, Perú 2016”. El resultado fue 44,8 % de los médicos consideró que no existía ningún conflicto ético entre la promoción realizada por la industria farmacéutica y la prescripción de dichos medicamentos (47,3 % en mujeres y 43,3 % en varones). Por otro lado, 55,9 % de médicos esta poco o nada de acuerdo con el enunciado de que la promoción farmacéutica está debidamente regulada en el Perú (47,3% mujeres y 42,3% hombres). Se puede apreciar la relación de los médicos y profesionales de salud con la industria farmacéutica, visitantes médicos y los pacientes, en beneficio del sistema de salud y la sociedad peruana sugiriendo establecer criterios éticos de promoción para productos farmacéuticos para generar calidad, desarrollo e investigación. Con respecto a las investigaciones previas en la presente investigación podemos discutir que la promoción farmacéutica se relaciona de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020 por los resultados obtenidos que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.823** y el sigma (bilateral) es de 0,000 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05

Bohórquez (2019). Elaboró en su investigación titulada “Actitud de los médicos hacia la promoción farmacéutica virtual en Perú tesis para optar el grado de doctor en administración”. Los resultados evidencian que la actitud de los médicos hacia la promoción farmacéutica virtual es significativa y positiva. Asimismo, la presente investigación puede ser de utilidad para los médicos, así como para la industria farmacéutica en Perú, con la finalidad de orientar sus recursos de tiempo y de marketing respectivamente. Lo indicado debido al gran número de pacientes, los horarios ocupados y la mayor presión de trabajo de los médicos, que no permiten brindar el tiempo suficiente a los representantes médicos para promocionar los

beneficios de sus productos, aunado a los grandes esfuerzos de marketing de la industria farmacéutica para incrementar su fuerza promocional de ventas. Por lo indicado, en la presente investigación afirmamos que Las visitas médicas farmacéuticas se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020, por los resultados obtenidos que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.698* y el sigma (bilateral) es de 0,001 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05.

Márquez (2017). Elaboró en su investigación titulada “Evaluación de la Prescripción de Medicamentos en Pacientes Asegurados que Acuden a la Clínica Selva Amazónica Iquitos – 2017” De 456 de recetas evaluadas, el 94% se encontraron incorrectamente llenadas. Respecto a los datos del paciente se encontró que un 87,06% cumple de manera satisfactoria, en cuanto a los datos del medicamento se obtuvo que un 60,53 % omitió por lo menos un ítem, siendo la más resaltante vía de administración con un 76,97%, la frecuencia de administración con un 76.75% y la duración del tratamiento con 74,78%. En legibilidad se obtuvo que el 75.66% y en el llenado de datos por el prescriptor se obtuvo que un 96,27% lo hizo de manera correcta fue legible para el paciente. Por lo tanto, en la presente tesis comprábamos que las muestras médicas se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020, por lo que se ha obtenido que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.643* y el sigma (bilateral) es de 0,000

Palomino (2018). Elaboró un trabajo de investigación titulado “Influencia del marketing farmacéutico en el consumo de medicamentos en usuarios de farmacias y boticas. Chorrillos. Agosto – octubre 2018. Los resultados fueron que el 94,44% (136 usuarios) del total de encuestados manifiesta que el Marketing farmacéutico SI influye significativamente en el consumo de un medicamento, el 1,39% (2 usuarios) respondieron que NO y el 4,17% (6 usuarios) respondieron que A VECES. En base a los antecedentes previos se puede afirmar que las muestras médicas se relacionan de manera significativa con la prescripción de

medicamentos en el sector farmacéutico, 2020 ya que se obtuvo que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.671** y el sigma (bilateral) es de 0,002

Quispe (2017). Elaboró en su investigación titulada “Gestión de abastecimiento de medicamentos y la calidad de servicios en la farmacia central del Hospital María Auxiliadora, Lima – 2017” EL resultado de Alpha de Cronbach ($\alpha=0,957$) que determinó una alta confiabilidad. Para determinar la relación entre las variables de estudio se empleó la prueba paramétrica Rho de Spearman a un nivel de significación del 0.05. Los resultados indicaron que existe un nivel de correlación alta ($r_s=0,619$) entre ambas variables y concluyó que existe una relación significativa ($p=0,000$) entre la gestión de abastecimiento de medicamento y la calidad de servicio en la farmacia central del Hospital María Auxiliadora, en el año 2017. Palabras Clave: gestión de abastecimiento, calidad de servicio, farmacia central del Hospital María Auxiliadora. Es por eso que en la presente investigación según los resultados obtenidos que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.752** y el sigma (bilateral) es de 0,002 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05 lo que nos permitió afirmar Las conferencias y congresos se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.

Rodríguez (2017). Elaboraron en su tesis titulada “La dispensación como herramienta para lograr el uso adecuado de los medicamentos en atención primaria” La conclusión a la que se llegó fue que el uso racional de los medicamentos implica la participación activa del farmacéutico, el cual debe brindar una óptima atención farmacéutica. En la actualidad, la sociedad se enfrenta al reto de preparar profesionales farmacéuticos capacitados para desarrollar prácticas farmacéuticas centradas en el paciente y una correcta dispensación de los medicamentos. Por lo tanto, en la presente investigación los resultados obtenidos demostraron que Los regalos y obsequios se relacionan de manera significativa con la prescripción de

medicamentos en el sector farmacéutico, 2020 por lo que se ha obtenido que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.803** y el sigma (bilateral) es de 0,000

VI. CONCLUSIONES

- 6.1. Se concluye en que las promociones farmacéuticas se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020. por que se ha obtenido que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.823** y el sigma (bilateral) es de 0,000 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05
- 6.2. Las visitas médicas farmacéuticas se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020 por lo obtenido que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.698** y el sigma (bilateral) es de 0,001 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05
- 6.3. Las muestras médicas se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020 por lo obtenido que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.643** y el sigma (bilateral) es de 0,000 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05
- 6.4. La educación médica continua se relaciona de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020 por lo obtenido que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0. 671** y el sigma (bilateral) es de 0,002 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05
- 6.5. Las conferencias y congresos se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020 por lo obtenido que el coeficiente de

correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.752** y el sigma (bilateral) es de 0,002 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05

6.6.Los regalos y obsequios se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020 por lo obtenido que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.803** y el sigma (bilateral) es de 0,000 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05

6.7.La publicidad en revistas y jornales médicos se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020 por lo obtenido que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.785** y el sigma (bilateral) es de 0,005 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05

VII. RECOMENDACIONES

- 7.1. Se recomienda tener un hemograma y control de las visitas médicas farmacéuticas que se efectúan en el sector farmacéutico para de esta manera revisar la relación con las compras que se realizan.
- 7.2. Se recomienda brindar charlas orientadoras que mantengan informados a las personas con el buen uso de las prescripciones médicas.
- 7.3. Se recomienda participar en congresos y conferencias de prescripciones médicas para mantenerse informados y así estar en la vanguardia de la medicina.
- 7.4. Se recomienda capacitar constantemente a los trabajadores del sector farmacéutico con las actualizaciones médicas que surgen año a año muchas veces publicadas en revistas.
- 7.5. Se recomienda reforzar congresos y conferencias para reforzar la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico.
- 7.6. Se recomienda reforzar las estrategias regalos y obsequios para así mejorar la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico.
- 7.7. Se recomienda invertir en publicidad en revistas y jornales médicos con la finalidad de mejorar la prescripción de medicamentos.

VIII. REFERENCIAS

- Antúnez, V., Fernández, M. y Delgado, M. (2017). Calidad, medio ambiente, seguridad y salud, y control interno en el contexto económico actual: diagnóstico de un laboratorio farmacéutico cubano. *Cofin Habana*, 11(1), 1-12.
- Bohórquez, V. (2019). *Actitud de los médicos Hacia la Promoción Farmacéutica Virtual, Lima año 2019* [Tesis de Maestría]. Universidad San Ignacio de Loyola.
- Collantes, K y Martínez, A. (2012). *Las Buenas Prácticas de Prescripción de Estupefacientes sometidos a Fiscalización Internacional en el Instituto Nacional Materno Perinatal* [Tesis de Maestría]. Universidad Privada Norbert Wiener.
- Costa, K., Goldbaum, M., Guayta, R., Modamio, P., Mariño, E. y Tolsá, J. (2017). Coordinación entre servicios farmacéuticos para una farmacoterapia integrada: el caso de Cataluña. *Ciência y Saúde Coletiva*, 22(8), 25-26.
- Cruz, N., Flores, J. y Monterroza, E. (2015). *Propuesta de estrategia financiera para la obtención de microcréditos para los medianos productores de café en El Salvador* [Tesis de Maestría]. Universidad Dr. José Matías Delgado, El Salvador.
- Flores, S. (2015). *Proceso administrativo y gestión empresarial en Coproabas, Jinotega en el periodo 2010-2013* [Tesis de Doctoral]. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
- Florián, R. (2016). Percepción sobre promoción farmacéutica y prescripción de medicamentos en médicos de Lima, Perú 2016. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Publica*, 35(4), 710-711.

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). McGraw Hill educación.

Hernández, R., Méndez, S., Mendoza, C., y Cuevas, A. (2017). *Fundamentos de investigación*. McGraw Hill educación.

Márquez, C (2017). *Evaluación de la Prescripción de Medicamentos en Pacientes Asegurados que Acuden a la Clínica Selva Amazónica Iquitos – 2017*[Tesis de Maestría]. Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.

Márquez, J. (2016). *Los cambios productivos y el factor trabajo en el cultivo de café de comercio justo en Guatemala* [Tesis de Doctoral]. Universidad Politécnica de Valencia.

Martínez, F. (2013). *Enfermedad y padecer*. México: Medicina del hombre en su totalidad.

Montero, A. (2018). *Café, revolución verde, regulación y liberalización del mercado (1950-2017)* [Tesis de Doctoral]. Universidad de Barcelona.

Morán G. y Alvarado, D. (2010). *Métodos de investigación*. (Primera edición). Pearson Educación.

Palomino, R. (2018) *Influencia del marketing farmacéutico en el consumo de medicamentos en usuarios de farmacias y boticas, Chorrillos, agosto – octubre 2018* [Tesis de Pregrado]. Universidad Norbert Wiener.

Quispe, M. (2017) *Gestión de abastecimiento de medicamentos y la calidad de servicios en la farmacia central del Hospital María Auxiliadora, Lima – 2017* [Tesis de Maestría]. Universidad Cesar Vallejo.

- Ramírez, A., Ampa, I. y Ramírez K. (2007). *Tecnología de la investigación*. Primera edición. Editorial Moshera SRL.
- Rodríguez, O., García, A., Alonso, L. y León, P. (2017). La dispensación como herramienta para lograr el uso adecuado de los medicamentos en atención primaria. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, p. 33.
- Soto, J. (2006) Evaluación de la calidad de la prescripción farmacéutica: no nos estamos olvidando de medir los resultados en salud obtenidos en los pacientes. *Aten Primaria*. 37 (6). p. 347-349.
- Thompson, S. (2009a). *Manual del Visitador Médico para Mercados de Alta Competencia*. Recuperado de: <http://www.promofar.com/> [Consulta: 2020, enero 14].
- Valderrama, S. (2016). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Lima: San Marcos.
- Vara, A. (2015). *7 pasos para elaborar una tesis. Cómo elaborar y asesorar una tesis para Ciencias Administrativas, Finanzas, Ciencias Sociales y Humanidades*. [Tesis de Maestría].: Universidad San Martín de Porres.
- Viña, G. y Debesa, F. (2017). La industria farmacéutica y la promoción de los medicamentos. Una reflexión necesaria. *Gaceta Médica Espirituana*, 19 , pp.110-122.
- Zaita, Y., Santos, N., Artiles, M., Galbán, M., Hernández del Río, M. y Bauta, R. (2017). Estrategia para fomentar la promoción de salud en Técnico Medio en Servicios Farmacéuticos. *EDUMECENTRO*, 9, pp.206-220.

XI. ANEXOS

Anexo A. Matriz de Consistencia

Título: Promoción farmacéutica y su relación con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA																																
<p>Problema General</p> <p>¿La promoción farmacéutica se relacionará con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Las visitas médicas farmacéuticas se relacionarán con la prescripción de medicamentos en la empresa EUROFARMA Perú S.A.C., 2020?</p> <p>¿Las muestras médicas relacionarán con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020?</p> <p>¿La educación médica continua se relacionará con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020?</p> <p>¿Las conferencias y congresos se relacionarán con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020?</p> <p>¿Los regalos y obsequios se relacionarán con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020?</p> <p>¿La publicidad en revistas y jornales médicos se relacionarán con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar si la promoción farmacéutica se relacionará con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar si las visitas médicas farmacéuticas se relacionarán con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.</p> <p>Determinar si las muestras médicas relacionarán con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.</p> <p>Determinar si la educación médica continua se relacionará con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.</p> <p>Determinar si las conferencias y congresos se relacionarán con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.</p> <p>Determinar si los regalos y obsequios se relacionarán con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.</p> <p>Determinar si la publicidad en revistas y jornales médicos se relacionarán con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La promoción farmacéutica se relaciona de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.</p> <p>Hipótesis específicos</p> <p>Las visitas médicas farmacéuticas se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020</p> <p>Las muestras médicas relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.</p> <p>La educación médica continua se relaciona de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.</p> <p>Las conferencias y congresos se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.</p> <p>Los regalos y obsequios se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.</p> <p>La publicidad en revistas y jornales médicos se relacionan de manera significativa con la prescripción de medicamentos en el sector farmacéutico, 2020.</p>	<p>Variable 1: Promoción farmacéutica</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Dimensiones</th> <th style="text-align: center;">Indicadores</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">D1. Visita médica farmacéutica</td> <td>Frecuencia y duración de visita médica.</td> </tr> <tr> <td>Valor de la información recibida por el médico.</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">D2. Muestras médicas</td> <td>Muestras médicas recibidas de la IF.</td> </tr> <tr> <td>Importancia de la muestra médica.</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">D3. Educación médica continua</td> <td>Calidad de los expositores.</td> </tr> <tr> <td>Temas expuestos en los eventos.</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">D4. Conferencias y congresos</td> <td>Invitaciones a conferencias.</td> </tr> <tr> <td>Asistencias a conferencias.</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">D5. Regalos y obsequios</td> <td>Equipos para consultorio.</td> </tr> <tr> <td>Cenas o refrigerios.</td> </tr> <tr> <td>Material de escritorio.</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">D6. Publicidad en revistas y jornales médicos</td> <td>Material didáctico para consultorios.</td> </tr> <tr> <td>Suscripción a revistas y journals médicos.</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Valor de la tecnología.</td> </tr> </tbody> </table> <p>Variable 2: Prescripción de medicamentos</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Dimensiones</th> <th style="text-align: center;">Indicadores</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">D1. Captación de recetas</td> <td>Número de recetas generadas por un médico</td> </tr> <tr> <td>Recetas que cumplan con las buenas prácticas de prescripción.</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">D2. Captación de médicos</td> <td>Médicos</td> </tr> <tr> <td>Visitadores médicos</td> </tr> <tr> <td>Pacientes</td> </tr> </tbody> </table>	Dimensiones	Indicadores	D1. Visita médica farmacéutica	Frecuencia y duración de visita médica.	Valor de la información recibida por el médico.	D2. Muestras médicas	Muestras médicas recibidas de la IF.	Importancia de la muestra médica.	D3. Educación médica continua	Calidad de los expositores.	Temas expuestos en los eventos.	D4. Conferencias y congresos	Invitaciones a conferencias.	Asistencias a conferencias.	D5. Regalos y obsequios	Equipos para consultorio.	Cenas o refrigerios.	Material de escritorio.	D6. Publicidad en revistas y jornales médicos	Material didáctico para consultorios.	Suscripción a revistas y journals médicos.		Valor de la tecnología.	Dimensiones	Indicadores	D1. Captación de recetas	Número de recetas generadas por un médico	Recetas que cumplan con las buenas prácticas de prescripción.	D2. Captación de médicos	Médicos	Visitadores médicos	Pacientes	<p>Tipo de Investigación:</p> <p>Descriptiva</p> <p>Nivel de Investigación:</p> <p>Correlacional transversal -</p> <p>Métodos:</p> <p>Deductivo cuantitativo -</p> <p>Diseño de investigación:</p> <p>No experimental</p> <p>Población:</p> <p>La población, está constituida por los médicos con los que trabaja el sector farmacéutico, los cuales ascienden a 9000 médicos</p> <p>Muestra:</p> <p>La muestra de estudio se determinó en 368 médicos que trabajan con en el sector farmacéutico.</p>
Dimensiones	Indicadores																																			
D1. Visita médica farmacéutica	Frecuencia y duración de visita médica.																																			
	Valor de la información recibida por el médico.																																			
D2. Muestras médicas	Muestras médicas recibidas de la IF.																																			
	Importancia de la muestra médica.																																			
D3. Educación médica continua	Calidad de los expositores.																																			
	Temas expuestos en los eventos.																																			
D4. Conferencias y congresos	Invitaciones a conferencias.																																			
	Asistencias a conferencias.																																			
D5. Regalos y obsequios	Equipos para consultorio.																																			
	Cenas o refrigerios.																																			
	Material de escritorio.																																			
D6. Publicidad en revistas y jornales médicos	Material didáctico para consultorios.																																			
	Suscripción a revistas y journals médicos.																																			
	Valor de la tecnología.																																			
Dimensiones	Indicadores																																			
D1. Captación de recetas	Número de recetas generadas por un médico																																			
	Recetas que cumplan con las buenas prácticas de prescripción.																																			
D2. Captación de médicos	Médicos																																			
	Visitadores médicos																																			
	Pacientes																																			

Anexo B: Instrumento de recolección de datos

Estimado Doctor:

Le recordamos que su participación en el presente estudio es voluntaria y respeta el anonimato. Le solicitamos que responda las siguientes preguntas, de preferencia sin omitir ninguna de ellas, para que estas puedan formar parte del análisis integral de la investigación en curso. Muchas gracias por su gentil participación.

I. Para su actividad profesional, los siguientes aspectos presentados son:

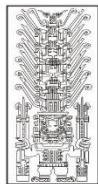
		Muy importante	Importante	Neutral	Poco Importante	Nada Importante
1	La información que recibe en la visita médica farmacéutica permite conocer los medicamentos disponibles en el mercado					
2	La labor que desarrolla el visitador medico					
3	Las muestras médicas que recibe cumplen un rol					
4	Las conferencias especializadas y congresos que organiza la industria farmacéutica					
5	La educación médica continua que organiza la industria farmacéutica					
6	Literatura científica, estudios clínicos, fascículos y/o folletos de patologías médicas					
7	Participar en estudios clínicos auspiciados por la industria farmacéutica para examinar la eficacia de medicamentos					
8	La calidad de los expositores de los cursos de educación médica continua					

9	La vigencia y relevancia de los temas presentados en los cursos de educación médica continua					
10	Recibir materiales promocionales que auspicien marcas de medicamentos como Recetarios, Lapiceros, Material didáctico para el consultorio, Equipo de consultorio (balanzas, estetoscopio, tensiómetro, silla, camilla, etc.), Material para práctica médica (Baja lenguas, linternas, vendas, etc.) e Incentivos para utilizar nuevos medicamentos					
11	La respuesta a solicitudes especiales respecto a: muestras médicas, material promocional, material informativo, etc.					
12	Mantener una relación cordial con la industria farmacéutica en general					
13	Publicidad de medicamentos en revistas especializadas					
14	Nuevas plataformas o softwares para recibir la faceta farmacéutica virtual o a distancia sin el visitador médico.					
15	Accesibilidad a la plataforma de visita médica virtual en cualquier hora o día en el momento que Ud. decida los 365 días.					

II. ¿Cómo consideraría Ud. la posibilidad de usar nuevas tecnologías para recibir promociones farmacéuticas mediante su computadora personal o equipo móvil?

		Muy Influyente	Influyente	Neutral	Poco Influyente	Nada Influyente
1	La Visita médica farmacéutica para mantener el nivel de uso de medicamentos que prescribe					
2	La cantidad de muestras médicas recibidas de la industria farmacéutica					
3	Diversos materiales promocionales que reemplacen a la muestra médica en caso no haya disponibilidad de las mismas					
4	La relación cordial con el visitador medico					
5	La reputación del laboratorio que realiza la visita médica farmacéutica					
6	Los congresos y conferencias patrocinados por la industria farmacéutica a los que es invitado					
7	La educación médica continua ofrecida por la industria farmacéutica					
8	La publicidad de medicamentos en revistas especializadas					
9	Los variados y diversos obsequios recibidos en la visita médica farmacéutica					
10	El tiempo dedicado por los visitadores médicos en la visita médica farmacéutica					
11	El número de contactos periódicos realizadas por el visitador médico de la industria farmacéutica					
12	Facilidad de acceder a nuevas plataformas de visita médica					

	virtual utilizando computadora o móviles					
13	La visita médica farmacéutica en general para probar el uso de nuevos medicamentos					
14	Comentarios sobre el uso de medicamentos de médicos líderes de opinión					
15	La calidad de la información que recibe de la industria farmacéutica					
16	Los diversos materiales promocionales que recibe de la industria farmacéutica					



Anexo C. Ficha de validación de instrumento por juicio de expertos
UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL
ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. **Apellidos y Nombres:** Dr. Collazos Páucar, Edwin
 1.2. **Grado académico:** Doctor en Economía
 1.3. **Cargo e Institución donde labora:** Docente Facultad de Economía UNFV
 1.4. **Nombre del instrumento motivo de evaluación:** Instrumento de recolección de datos-Encuesta
 1.5. **Título de la Investigación:** PROMOCIÓN FARMACÉUTICA Y SU RELACIÓN CON LA PRESCRIPCIÓN DE MEDICAMENTOS EN EL SECTOR FARMACEUTICO, 2020
 1.6. **Autor(a) del Instrumento:** Santibáñez Bravo Luis Eduardo

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20%	Baja 21-40%	Regular 41-60%	Buena 61%-80%	Muy buena 81%-100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.					90%
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables					90%
3. Actualidad	Adecuado al avance de la especialidad					90%
4. Organización	Existe una organización lógica					90%
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					95%
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar la investigación					90%
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos.					90%
8. Coherencia	Entre lo descrito en dimensiones e indicadores					90%
9. Metodología	La formulación responde a la investigación					90%
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					90%

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90%

a) Deficiente

b) Baja

c) Regular

Buena

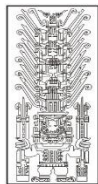
Muy Buena

X

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El Instrumento es aplicable en la investigación.

Lima, 11 de julio 2019


 Nombre y Firma de Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL
ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

I.DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres:** Dr. Pajuelo Camones, Carlos
1.2. Grado académico: Doctor en Administración
1.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Facultad de Administración UNFV
1.4. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Instrumento de recolección de datos-Encuesta
1.5. Título de la Investigación: PROMOCIÓN FARMACÉUTICA Y SU RELACIÓN CON LA PRESCRIPCIÓN DE MEDICAMENTOS EN EL SECTOR FARMACEUTICO, 2020
1.6. Autor(a) del Instrumento: Santibáñez Bravo Luis Eduardo

II.ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20%	Baja 21-40%	Regular 41-60%	Buena 61%- 80%	Muy buena 81%- 100%
11. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.					90%
12. Objetividad	Está expresado en conductas observables					90%
13. Actualidad	Adecuado al avance de la especialidad					90%
14. Organización	Existe una organización lógica					90%
15. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					95%
16. Intencionalidad	Adecuado para valorar la investigación					90%
17. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos.					90%
18. Coherencia	Entre lo descrito en dimensiones e indicadores					90%
19. Metodología	La formulación responde a la investigación					90%
20. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					90%

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90%

a) Deficiente

b) Baja

c) Regular

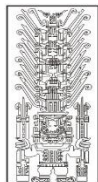
Buena

Muy Buena

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El Instrumento es aplicable en la investigación.

Lima, 21 de julio 2019

Nombre y Firma del Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL

ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

IDATOS GENERALES

1.1. Apellidos y Nombres: Dr. Bazán Ramírez, Wilfredo

1.2. Grado académico: Doctor en Ingeniería

1.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Facultad de Ingeniería UNMSM

1.4. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Instrumento de recolección de datos-Encuesta

1.5. Título de la Investigación: PROMOCIÓN FARMACÉUTICA Y SU RELACIÓN CON LA PRESCRIPCIÓN DE MEDICAMENTOS EN EL SECTOR FARMACEUTICO, 2020

1.6. Autor(a) del Instrumento: Santibáñez Bravo Luis Eduardo

II ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20%	Baja 21-40%	Regular 41-60%	Buena 61%-80%	Muy buena 81%-100%
21. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.					95%
22. Objetividad	Está expresado en conductas observables					95%
23. Actualidad	Adecuado al avance de la especialidad					95%
24. Organización	Existe una organización lógica					95%
25. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					95%
26. Intencionalidad	Adecuado para valorar la investigación					95%
27. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos.					95%
28. Coherencia	Entre lo descrito en dimensiones e indicadores					95%
29. Metodología	La formulación responde a la investigación					95%
30. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					95%

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95%

a) Deficiente

b) Baja

c) Regular

d) Buena

e) Muy Buena

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El Instrumento es aplicable en la investigación.

Lima, 14 de julio 2019

Nombre y Firma del Experto