

NOMBRE DEL TRABAJO

FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ADQUISICIÓN DE MEDICAMENTOS
GENÉRICOS ASOCIADOS AL NIVEL DE ACEPTACIÓN EN LA
FARMACIA FARMAPERU, JULIACA 2023

RECUENTO DE PALABRAS

11725 Words

RECUENTO DE CARACTERES

62954 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

52 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.4MB

FECHA DE ENTREGA

May 15, 2023 10:49 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

May 15, 2023 10:50 AM GMT-5**● 9% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 9% Base de datos de Internet
- 0% Base de datos de publicaciones

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 20 palabras)

ASESOR:

Mg. QF ROJAS AIRE, CARLOS MAX

AUTORES:

Bach. Estofanero Rojas Eylin Shamara
Bach. Mamani Quispe Maricruz



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS FARMACÉUTICAS Y
BIOQUÍMICA**

TESIS

**FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ADQUISICIÓN DE
MEDICAMENTOS GENÉRICOS ASOCIADOS AL NIVEL DE
ACEPTACIÓN EN LA FARMACIA FARMAPERU – JULIACA,
2023**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
QUÍMICO FARMACÉUTICO**

AUTORES:

Bach. Estofanero Rojas Eylin Shamara

Bach. Mamani Quispe Maricruz

ASESOR:

Mg. Qf Rojas Aire, Carlos Max

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

Salud Publica

Huancayo – Perú

2023

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada a mi padre Cecilio quien fue un pilar fundamental en mi formación profesional, con sus consejos alentó mi superación profesional.

La bendición de mi madre Luz Delia y mi hermano Ronald que me apoyaron durante este proceso de desarrollo, gracias por su ayuda.

Maricruz

La presente tesis está dedicada primeramente a Dios por guiarme y mantenerme siempre fuerte, a mis padres Rene y Luz Marina quienes han creído en mí siempre dándome consejos de superación, sacrificio y humildad. A mis hermanos Evo, Miguel por el apoyo que siempre me brindan en el transcurso de toda mi carrera universitaria.

Eylin Shamara

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradecer a Dios, por habernos acompañado y guiado a lo largo de nuestra carrera, también agradecer a nuestras familias por la confianza depositada en nosotras y el apoyo incondicional.

Agradecer a la Universidad Privada de Huancayo Franklin Roosevelt, por su dedicación, perseverancia y tolerancia al darnos la oportunidad de culminar satisfactoriamente con nuestra tesis.

Agradecemos también a la farmacia FARMAPERU por permitirnos realizar nuestro trabajo de investigación y también a las personas que nos apoyaron en nuestras encuestas ya que sin ellos no hubiésemos podido realizar nuestro trabajo.

JURADOS

PRESIDENTE

Dr. Ayala Picoaga, Vicente Manuel

SECRETARIO

Mg. Churango Valdez, Javier Florentino

VOCAL

Mg. Rojas Aire, Ivan Joel

SUPLENTE

Mg. Diaz Uribe, Julio Luis

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Eyllin Shamara Estofanero Rojas de nacionalidad peruana, identificado con, DNI N°71937997, con domicilio en el Jr. San Isidro 1337 Urb. Mariano Melgar Distrito de San Miguel, Provincia de San Román, Departamento de Puno. Tesista de la Universidad Privada de Huancayo Franklin Roosevelt, Bachiller en Farmacia y Bioquímica. Autor de la tesis titulada **FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ADQUISICIÓN DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS ASOCIADOS AL NIVEL DE ACEPTACIÓN EN LA FARMACIA FARMAPERU, JULIACA 2023** DECLARO BAJO JURAMENTO: QUE TODA LA INFORMACIÓN PRESENTADA ES AUTÉNTICA Y VERÁS.

Me afirmo y me ratifico en lo expresado en señal de lo cual firmo el presente documento a los días ... del mes de marzo del 2023.



Eyllin Shamara Estofanero Rojas
DNI: 71937997



DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Maricruz Mamani Quispe de nacionalidad peruana, identificado con, DNI N°70203988, con domicilio en la Av. Circunvalación oeste Barrio Las Mercedes 1607 del Distrito de Juliaca, Provincia de San Román, Departamento de Puno. Tesista de la Universidad Privada de Huancayo Franklin Roosevelt, Bachiller en Farmacia y Bioquímica. Autor de la tesis titulada **FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ADQUISICIÓN DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS ASOCIADOS AL NIVEL DE ACEPTACIÓN EN LA FARMACIA FARMAPERU, JULIACA 2023** DECLARO BAJO JURAMENTO: QUE TODA LA INFORMACIÓN PRESENTADA ES AUTÉNTICA Y VERÁS.

Me afirmo y me ratifico en lo expresado en señal de lo cual firmo el presente documento a los días ... del mes de marzo del 2023.



Maricruz Mamani Quispe
DNI: 7020398832.



Índice

Caratula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	¡Error! Marcador no definido.
Declaratoria de autenticidad	v
Declaratoria de autenticidad	vi
Índice	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	10
II. MÉTODO	24
2.1. Tipo y diseño de investigación	24
2.2. Operacionalización de las variables	24
2.3. Población, muestra y muestreo.....	25
2.4. Técnicas de recolección de datos.....	26
2.5. Análisis de datos	26
2.6. Consideraciones Éticas.....	27
III. RESULTADOS	28
IV DISCUSIÓN.....	35
V. CONCLUSIONES.....	37
VI. RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	39
Anexos	41
ANEXO 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA	42
ANEXO 2: INSTRUMENTO DE APLICACION	44
ANEXO 3: VALIDACION DE INSTRUMENTO	47
ANEXO 4: AUTORIZACIÓN PARA EJECUCIÓN	50
ANEXO 5: FOTOS.....	52

RESUMEN

La presente investigación tiene por **Objetivo**. Determinar los factores que influyen en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023. Para lo cual se utilizó como **Metodología**. Tipo estudio de tipo correlacional, observacional, prospectiva. La población estuvo constituida por 150 personas que acuden a la farmacia FARMAPERU. Del cual obtenemos a 108 personas para la muestra de acuerdo a la fórmula no probabilística de muestras finitas. **Resultados**. de los 108 usuarios, en su mayoría, el 48.1%% mostró tener un alto nivel de información para la aceptabilidad de medicamentos. Le continua el 34,3% que mostró tener un nivel medio, mientras que el restante 17,6% mostró tener un nivel bajo. Por otro lado, en cuanto a la dimensión Consumo, de los 108 usuarios, en su mayoría, el 58,1% mostró tener un nivel alto de continuo consumo para la aceptabilidad de medicamentos. Le continua el 23,1% que mostró tener un nivel medio, mientras que el restante 12,1% mostró tener un nivel bajo. Por su parte en cuanto a la dimensión Seguridad, de los 108 usuarios, se aprecia que principalmente el 65.7% de los encuestados para la aceptabilidad de medicamentos. Por otro lado, el 22,2% mostró tener un nivel medio, y el 12,1% un nivel bajo. En cuanto a la dimensión Acceso, se aprecia mostró tener un nivel alto de seguridad que principalmente, de los 108 usuarios, el 41.6% mostró tener un nivel medio de accesibilidad para poder obtener medicamentos. El 18.6% mostró tener un nivel bajo, y el restante 39.8% un nivel alto. **Conclusión**. Al evaluar el grado de aceptación de medicamentos genéricos y factores que influyen en 108 pacientes, en el cual se encontró que según la prueba chi-cuadrado de Pearson tanto en factores internos como en factores externos ($p=0.952$; correspondientemente) Determinamos que no existe una asociación entre ambas variables.

Palabras clave.

Factores, Medicamentos genéricos, Adquisición de medicamentos.

ABSTRACT

The **objective** of this research is Determine the factors that influence the acquisition of generic drugs associated with the level of acceptance in the pharmacy FARMAPERU, Juliaca 2023. For which it was used as **Methodology**. Study type correlational, observational, prospective. The population consisted of 150 people who go to the FARMAPERU pharmacy. From which we obtain 108 people for the sample according to the non-probabilistic formula of finite samples. **Results**. Most of the 108 users, 48.1%, showed a high level of information for the acceptability of medications. It is followed by 34.3% who showed a medium level, while the remaining 17.6% showed a low level. On the other hand, regarding the Consumption dimension, of the 108 users, the majority, 58.1% showed a high level of continuous consumption for the acceptability of medications. It is followed by 23.1% who showed a medium level, while the remaining 12.1% showed a low level. For its part, in terms of the Safety dimension, of the 108 users, it can be seen that mainly 65.7% of those surveyed for the acceptability of medications. On the other hand, 22.2% showed a medium level, and 12.1% a low level. Regarding the Access dimension, it is appreciated that it showed a high level of security that mainly, of the 108 users, 41.6% showed a medium level of accessibility to be able to obtain medicines. 18.6% showed a low level, and the remaining 39.8% a high level. **Conclusion**. When evaluating the degree of acceptance of generic drugs and factors that influence 108 patients, in which it was found that according to Pearson's chi-square test, both in internal factors and in external factors ($p=0.952$; correspondingly) we determined that there is no an association between both variables.

Keywords.

Factors, Generic drugs, Drug acquisition.

I. INTRODUCCIÓN

El marco de bienestar se compone de tres puntos de apoyo esenciales: Los recursos humanos, por ejemplo, los expertos en bienestar y la organización del bienestar, la fundación y las recetas. La última opción debe ser accesible y estar disponible para toda la población; para ello, el coste de los medicamentos debe ser razonable para las zonas con menos capitales, que son las más afectadas. Las medicinas convencionales desempeñan un papel central en la razonabilidad, por lo que su efigie y reconocimiento entre la gente es significativo para el bienestar global ⁽¹⁾. Un mecanismo esencial para la integración de las estrategias de medicación convencionales es avalar su reconocimiento por parte de la población, es decir, la unión de un inventario satisfactorio para cubrir las insuficiencias de bienestar de una población no tendrá un efecto positivo si las personas no solicitan los servicios ⁽²⁾.

Últimamente, se ha visto que los gastos de las medicinas de marca son más dominantes y menos abiertos a los pobladores, sobre todo por la ausencia de datos suficientes y el nivel de información sobre la obtención de medicinas de marca y no exclusivos. Esto provoca un inconveniente y una disyuntiva dentro de la farmacoeconomía del cliente, produciendo asimismo una afección médica general por su alta especulación monetaria, así como rebeldía con el tratamiento farmacológico. La promoción es otro factor persuasivo que considera la obtención de medicamentos de venta libre sin solución clínica; esta variable se relaciona con las tradiciones y convicciones del cliente y adicionalmente de sus familiares.

Siendo estas las razones por las que en el actual estudio tienen como objetivo principal determinar los factores que influyen en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia FARMAPERU, en la ciudad de Juliaca.

Según DIGEMID (Dirección general de medicamentos, insumos y drogas), precisa que las medicinas genéricas ocasionan los semejantes efectos y favores que los de marca o comerciales, pues se trata de una utilidad semejante o principio activo fabricado de la misma condición y con los mismos mecanismos bioequivalentes ⁽³⁾.

Por ello, al día de hoy, la ausencia de información con respecto al cliente sobre este tema, hace que los pobladores consuman artículos de marca, aceptando que son de mejor eficacia y más potentes que los medicamentos convencionales.

Son muchos los elementos que inciden en la compra de un medicamento, la ausencia de información, las convicciones y las costumbres pueden decidir la medicina a adquirir.

Otro componente de peso es el conocimiento del experto clínico, el cual debe darse el nombre no exclusivo para no intervenir con el cliente e intervenir en la adquisición de medicina coordinados a alguna marca empresarial de algún centro de investigación de medicamentos específicamente, sino más bien buscar la prosperidad del paciente, así como dar un cuidado farmacéutico satisfactorio para que el cliente tenga más opciones para la obtención de medicamentos, que puedan cubrir los requerimientos del paciente (4).

Últimamente, hemos visto que los gastos en medicinas de marca son más costosos y menos abiertos a la gente consumidora, esencialmente debido a la ausencia de datos suficientes y al nivel de información sobre la obtención de medicinas de marca y no exclusivos.

Esto provoca un problema y una dificultad dentro de la farmacoeconomía del cliente, creando asimismo una afección médica general por su alto riesgo financiero, así como resistencia al tratamiento farmacológico.

La promoción es una figura más poderosa la obtención de OTC o medicamentos de venta libre (OTC) sin remedio clínico, este elemento está relacionado con las tradiciones y convicciones del cliente y / o la familia, estos factores de inclinación, tenemos que evaluar suponiendo que están conectados con un reconocimiento satisfactorio por parte del cliente, y en función de evaluar o diseccionar los resultados, pensando en técnicas para que los pacientes se sientan bien mientras consumen sus medicamentos (5).

El desarrollo del interés por los medicamentos en los últimos tiempos, ha fomentado un exorbitante interés por las recetas médicas por parte de la población, lo que ha impulsado el lanzamiento de fundaciones de medicamentos o la producción de cadenas de medicamentos, que muchas veces se han situado para beneficiarse, haciendo que sus representantes cumplan objetivos para lucrarse de un motivador monetario, lo que por regla general ha creado prácticas faltantes en la oferta de medicinas, como no expender pastillas, tabletas, píldoras, estuches, envases, entre otros, por unidad, sino en paquetes; además, por las comisiones que obtienen, niegan a los compradores convencionales, ya que no valen tanto como los de marca.

Según indica el Ilustre Instituto Español, el nivel de reconocimiento es considerado como aquella demostración de respaldo que los individuos tienen hacia algún artículo o circunstancia, dotándolo de la capacidad de reconocimiento o desaprobación.

En correspondencia con el nivel de reconocimiento de los medicamentos no exclusivos, éstos tienen los elementos de datos, utilización, confianza y acceso.

Disecionando la afición que nos impulsa a realizar el examen actual, demostrando que la exploración es ventajosa para el momento en que residimos, ya que ayudará a idear procedimientos para ayudar a los compradores, contribuyendo con el objetivo del bienestar y la prosperidad de nuestra población.

Los clientes tendrán la posibilidad de tener la opción de buscar un artículo de acuerdo a sus requerimientos, dando mayor necesidad a la bioequivalencia tanto del artículo marcado como del no exclusivo. Lograr que el cliente esté satisfecho a la hora de adquirir dichos artículos en la droguería que solucionen sus problemas.

Este examen dará sentido y retratará los problemas actuales en el área de las drogas, siendo los Físicos de Drogas los responsables de dar datos más claros y más punto por punto mientras se asegura un medicamento, por lo que el cliente no se ve afectado financieramente a la hora de obtener drogas sin perjudicar o interferir con su tratamiento farmacológico.

Últimamente, se ha visto que los clientes se ven afectados por algunos factores como convicciones, propensiones o ausencia de información a la hora de obtener un medicamento. Mediante la realización de este examen, será posible averiguar qué variable es la más apremiante a la hora de obtener un medicamento y a partir de aquí se permitirá que los datos suficientes a los clientes para que puedan obtener una ventaja.

A nivel internacional contamos con el estudio Tapia (2015), quien realizó la investigación cuyo **objetivo** es evaluar las variables que inciden en la obtención de medicinas convencionales y de marca, y tener la opción de crear reglas de estrategia. El estudio tiene como **metodología** que es descriptiva, analítica ya que analiza una cuestión genuina que influye en la sociedad y permite descubrir su diseño y conducta según sus causas o peculiaridades. Este estudio da como **resultados** que las mujeres solicitan un mayor número de recetas que los hombres y que el acopio de medicamentos proviene en mayor medida de las importaciones, por lo que de 2009 a 2014 existe una balanza negativa para esta área, con un grado de apertura a las medicinas ideal para las regiones metropolitanas que para las provinciales; asimismo, se introdujo que la nación tiene posibilidades potenciales de desarrollarse ya que no involucra toda su capacidad útil al extremo. Por otra parte, la exploración muestra que existen programas propuestos por la autoridad pública para contribuir y crear una rivalidad más prominente de las organizaciones públicas de medicamentos, sin perjuicio de una recopilación bibliográfica de los encuentros mundiales para construir la admisión a los medicamentos, donde se hizo una investigación centrada en el mercado ecuatoriano de medicamentos de las

posibles normas de estrategia pública que serían relevantes. Posteriormente, se llegó a la **conclusión** que el país debe avanzar más en la creación y utilización de medicamentos no exclusivos para dar mayor certeza a la población en general y que debe poco a poco empezar a cubrir el interés del mercado, produciendo beneficios para la nación y avanzando en el trabajo innovador ⁽⁶⁾.

Asimismo, Rey (2018). Realizo la investigación cuyo **objetivo** de este trabajo es distinguir los diversos elementos que pueden incidir en la solución y utilización de medicinas convencionales frente a los de marca, según el punto de vista de expertos en bienestar y pacientes/clientes del marco de bienestar colombiano y de naciones de la localidad latinoamericana, a la luz de una encuesta escrita. Además, describir cómo estas variables pueden ser determinantes en el ciclo dinámico de obtención o recomendación (por parte del profesional autorizado) de un medicamento. Como **metodología** se ha organizado en la recopilación de varios tipos de exámenes a través de los cuales se ha evaluado la comparación de los medicamentos no exclusivos frente a los de marca, según el punto de vista del prescriptor, del paciente o de ambos. Como componente de los **resultados** obtenidos, se distinguieron las variables adjuntas como factores potenciales que pueden influir en la interacción dinámica con respecto a la solución y utilización de medicamentos no exclusivos frente a medicamentos de marca, así como a la inversa: calidad de los medicamentos, percepción con respecto a la viabilidad, perfil de seguridad de los medicamentos (ocasiones desfavorables), consumo del marco de bienestar, entre otros. Se distinguió el requerimiento de actividades desde enfoques de bienestar general en Colombia principalmente, organizaciones administrativas y animadores en la cadena de circulación de medicamentos, que se suman a cerrar agujeros en el tema diferencial en la cadena de propósito de medicamentos convencionales en su mayoría ⁽⁷⁾.

De igual manera Gonzales (2018). Quien realizo una investigación cuyo **objetivo** fue conocer la opinión de los clientes sobre el riesgo relacionado con la utilización de medicamentos no exclusivos y las variables que más influyen en la expectativa de demandar un medicamento convencional al médico (prescriptor) o potencialmente especialista en medicamentos, decidir posibles trabas o frenos al reconocimiento de medicamentos no exclusivos y obtener identificaciones que ayuden a la adquisición de decisiones de los directores de bienestar; La revisión tuvo como metodología fue un examen cuantitativo transversal, se consultó a 542 personas cara a cara, a la salida de una comunidad de bienestar o fundación de farmacia en Asturias. La encuesta incorporaba una escala que estimaba la apuesta aparente en la adquisición de una

medicina con 15 créditos recogidos en cinco aspectos. Asimismo, se recogieron datos sobre el objetivo de malgastar medicinas no exclusivas y sobre el segmento y las cualidades económicas de los entrevistados. Para los resultados, se emplearon la investigación de variables corroborativas, la recaída diferente y la investigación univariante. **Resultados**, la percepción medida del riesgo (escalas de 1 a 7) funcional: 2,75; físico: 2,68; financiera: 2,19; mental: 1,99; social: 1,42. Factores que influyen en el objetivo de solicitar genéricos al médico: psíquico mental ($p=0,000$). Sobre la solicitud al especialista farmacéutico: psíquico ($p=0,000$) y apuesta social ($p=0,020$). Como **conclusión**, los especialistas con el interés en el avance del mercado de los genéricos deberían seguir esforzándose por equilibrar los aspectos prácticos y monetarios entre los puntos fuertes del fabricante y sus pretensiones convencionales, pero no deberían descuidar los aspectos mentales y sociales de la conducta de compra del cliente ⁽⁸⁾.

También, Honrubia (2017). El **objetivo** del estudio fue desglosar el reconocimiento de reemplazo por medicamentos no exclusivos en la farmacia local y concentrarse en la fluctuación de la reacción dependiendo de las cualidades del cliente, la solución y la oficina de la farmacia (OF). Plan. Observacional, cruzado. Si usted. Albacete y territorio de los locales de trabajo de las droguerías. Miembros. Determinación continua de 769 clientes en 21 droguerías durante febrero de 2005. Estrategia. Clientes a los que, si la prescripción recomendada no estaba accesible en el OF, se proponía sustituirla por una no exclusiva. La proposición quedó reflejada en una hoja de registro. **resultados**. El 90,8% de la población reconoce el reemplazo ($n = 698$; 95% intervalo de certeza [IC], 88,5-92,7%). El principal motivo de despido fue que el paciente no necesita cambios en la solución clínica (50,7%). El reconocimiento del cambio fue por el contrario relativo a la edad del paciente ($p = 0,005$) y directamente correspondiente a la cantidad de ocupantes de la comunidad poblacional donde se encuentra el OF ($p < 0,001$). El despido fue mayor al iniciarse en marcas frente a genéricos ($p = 0,005$), en medicamentos repetidos frente a primera solución ($p < 0,001$) y en remedios sin compromiso frente a los que traían ($p = 0,002$). Se **concluyo** que existe un alto reconocimiento de sustitución por medicamentos convencionales en los OF (90,8%). El factor principal que genera el rechazo del reemplazo es que el paciente no necesita cambios en el remedio ⁽⁹⁾.

A nivel nacional, se cuenta con estudios presentados por Canales (2019). Con su investigación cuyo **objetivo** fue determinar el nivel de reconocimiento de medicamentos no exclusivos (GM) por parte de clientes con domicilio en las áreas C, D y E, en tres zonas de Lima Metropolitana, así como el nivel de información, confianza y posibles

trabas. en su utilización; Para ello se aplicó una revisión en las zonas donde más del 85% de la población tiene cabida con estas áreas financieras. El instrumento fue una encuesta de 11 preguntas abiertas y cerradas. Se distinguieron cuatro aspectos que inciden en el reconocimiento de medicamentos no exclusivos: datos, bienestar/viabilidad, utilización y acceso. La investigación de los **resultados** obtenidos por la escala de estatinos arrojó una media normal de 3,2 entre los 4 aspectos, que se descifra como un aspecto Consuetudinario. **Conclusión** Se encontró un uso máximo de medicamentos convencionales, con una normalidad de 4,9; Apertura ligada más al límite monetario que a la confianza en este tipo de fármaco, ya que hay dudas sobre su bienestar y viabilidad ⁽¹⁰⁾.

Asimismo, Pasmíño (2019). Con su investigación cuyo **objetivo** fue determinar el Grado de Reconocimiento de Medicamentos No Exclusivos por parte de los clientes que acuden a la División de Droguería de la Clínica San Juan de Lurigancho, 2019. La exploración es de tipo fundamental de distinto nivel, plan transversal no probatorio. El ejemplo incluyó a 373 clientes a quienes se les aplicó recientemente el asentimiento informado. Llegando al **resultado** que del total de encuestados en cuanto al reconocimiento de prescripción no exclusiva el 67,6% obtuvo un nivel medio, en cuanto al componente de datos el 65,4% de los encuestados obtuvo un nivel medio, en cuanto al elemento de utilización el 48,5% obtuvo un nivel medio, en cuanto al aspecto confianza el 48,5% obtiene un nivel medio, en cuanto al aspecto ingreso el 75,9% obtiene un nivel medio. La principal **conclusión** fueron que existe un nivel medio en cuanto a la aceptación de medicamentos no exclusivos, ya que en realidad tienen la inquietud de que no cumple con el impacto remedial normal, en cuanto a los datos de medicamentos convencionales, se obtiene un nivel medio, esto se debe a la supuesta inconsistencia de que el medicamento de marca es superior a un medicamento convencional ⁽¹¹⁾.

De la misma forma, López (2018). Con su investigación cuyo **objetivo** principal fue conocer qué variables inciden en la obtención de medicinas tanto convencionales como de marca en la droguería del Establecimiento San Juan de Dios del Cusco, una indagación esclarecedora, con un plan transversal no experimental desde el surtido de información. se completó en un tiempo específico. **Resultados** la estrategia atendida fue a través de resúmenes, con un examen no probabilístico, con un total de 70 clientes revisados. Se **concluye** que dentro de las variables interiores con un 47%, la información sobre los clientes que consultan el tema es considerada como un componente de mayor prevalencia, seguida por la edad con un 31% y las condenas con un 21%. Además, se observó que, dentro de los factores externos, el 37% consideró las

opciones de medicamentos como un elemento concluyente previo a la obtención de la receta, seguido por el 31,5% del costo y la publicidad individual ⁽¹²⁾.

Según Álvarez (2020). En su investigación cuyo **objetivo** fue analizar los componentes que influyen en el nivel de aprobación de las medicinas del Centro de Salud Santa Luzmila II 2020. Esto manifiesta a la necesidad de percibir la calidad de los elementos introducidos por la gente que acude a la administración de farmacias de la organización antes mencionada y cómo impacta. El enfoque de exploración es cuantitativo, la estrategia es racional especulativa, con un informe esencial, o al menos, su motivación es construir información y comprensión. Por otra parte, este examen tiene un alcance lógico, ya que trata de exponer una circunstancia causal, y es transversal, ya que los datos fueron estimados en un solo momento. Tiene un plan no exploratorio, los factores fueron examinados en su escenario normal sin implementar mejoras en los mismos, con una prueba no probabilística, un total de 70 clientes revisados. Para el surtido de información se utilizó la estrategia de visión general, involucrando la encuesta como instrumento. **Resultados** la calidad inquebrantable se resolvió utilizando el coeficiente de Kuder-Richardson (KR-20), que encontró que la variable Factores de impacto tiene un coeficiente de 0,937, y para la variable Grado de reconocimiento de los medicamentos un coeficiente de 0,938. Y eso implica que los dos factores tienen cosas que tienen una sólida confiabilidad. Correspondiente a la meta general, hubo una consecuencia de importancia de 0.019 ($p < 0.05$), lo que nos permitió suponer que realmente existe un impacto del 67.3% de las variables justa y cuadrada de reconocimiento de medicinas en el Centro de Salud San Nicolas. Luzmila 2020 ⁽¹³⁾.

Por último, Echevarría (2021). En su investigación cuyo **objetivo** fundamental fue establecer la relación entre el grado de información sobre medicina no exclusivos contrastados con la marca en el número de habitantes de la Urb. San Nicolas Beatriz, 2021 y con respecto a la elaboración del plan. El sistema utilizado para este estudio fue a través de una revisión transversal no exploratoria con una metodología cuantitativa y un nivel correlacional. Además, se utilizó como instrumento una encuesta y el procedimiento utilizado fue el resumen. Entre los **resultados** esenciales se encontró que los habitantes de la urbanización San Nicolás Beatriz-Lima, 2021. Que el 21,71% tiene un grado de información elevado y el 51,97% tiene un grado de información medio, en todo caso, el 26,32% tiene un grado de información bajo con respecto a la medicina de marca frente a los no exclusivos. Además, el nivel de certeza que tienen los habitantes hacia las medicinas convencionales es del 54,6%. Esto confirma un grado medio de certeza entre los ocupantes hacia medicamentos no exclusivos. Se **concluyo**

que si existe una relación entre el grado de información sobre medicina de marca versus genéricos con la edad y orientación de los ocupantes de la urbanización San Nicolás Beatriz - Lima, 2021, en caso de que existan hay una conexión entre el grado de información con el nivel de orientación, no hay relación del gasto o componente monetario con el grado de indagación. En cualquier caso, sí con las ofertas y avances, pero no con la recurrencia del uso de medicamentos no exclusivos. Se evidencia un nivel medio de certeza respecto a los ocupantes hacia medicamentos no exclusivos. Por tanto, no tiene relación fáctica con el grado de información sobre los ocupantes ⁽¹⁴⁾.

Por otra parte, las bases hipotéticas de la presente revisión caracterizan un medicamento convencional como el producto farmacéutico cuyo nombre se compara con el "Nombre común global" de la guía dinámica, sugerido por la Asociación Mundial de Bienestar (OMS) y no está relacionado con un " nombre de marca" El 34º informe del Consejo Maestro de la OMS sobre determinaciones para arreglos de medicamentos (Ginebra 1996), establece que la expresión "artículo no exclusivo" tiene varias implicaciones en varios lugares; para aludir a este tipo de efectos, utiliza el término medicamento multifuente ⁽¹⁵⁾.

A nivel internacional, Un medicamento no exclusivo es el que se elabora después de que ha pasado el tiempo de seguridad de la patente del primer artículo de marca, sin el permiso de la organización promotora, y se exhibe con el nombre normal establecido por la OMS o con otra marca comercial, a un precio esencialmente más bajo costo.

Al dar una breve historia de los medicamentos, Se muestra que en (1900-1935) las drogas utilizadas a principios del siglo XX se componían de decocciones, mezclas y concentrados muy sencillos y la dirección subyacente de la práctica clínica era generalmente clínica, pero sin embargo poco lógica. En los primeros veinte años, se completaron los principales ejercicios relacionados con el bienestar de los suministros y las medicinas, apuntando a certificar una pureza básica del equivalente. En esta etapa ocurre la divulgación de sustancias tan importantes como la insulina, los nutrientes, la penicilina, las sulfonamidas, mientras se conoce la radiactividad y se comienzan a perforar las pruebas orgánicas. La presencia de estos nuevos y convincentes medicamentos funcionó con la mejora de los métodos de filtración, el desarrollo de estructuras de medicamentos aptas para administrar la fijación dinámica en el cuerpo, el desarrollo de procesos de creación y el envío de pruebas clínicas más amplias ⁽¹⁶⁾.

Al examinar la mejoría especializada que ocurrió entre (1936 - 1970), período donde los medicamentos más notables hicieron que siguieran su costo en almas vivas hasta principios de los años sesenta. Los fallecimientos ocurridos durante 1938 a causa de las

definiciones erróneas de sulfanilamida, hicieron que la necesidad de crear completos focos en la seguridad y toxicología de los nuevos medicamentos, antes de su utilización en personas. Los riesgos de los nuevos remedios y el abuso de muchos de ellos por parte de la población llevaron a las principales pautas que restringían el uso de algunos de ellos solo bajo tratamiento médico ⁽¹⁷⁾.

Desarrollo tecnológico (1971 – 2000). En este período se produce una extraordinaria expansión en la especialización vital para el perfeccionamiento de nuevos medicamentos: farmacología, toxicología, medicación clínica, farmacocinética, cualidades hereditarias, ciencia subatómica, biotecnología y ciencia: Las cualidades motrices de las recetas que habían comenzado a ser creados a partir de 1945, comenzaron a demostrar ser fructíferos: las ideas, por ejemplo, la retención comenzaron a materializarse y los componentes primarios de utilización de medicamentos se hicieron conocidos. La década de los setenta se inició bajo un espacio inequívoco de la farmacología que permitió asegurar mayor bienestar y viabilidad de los medicamentos mediante el establecimiento de porciones y regímenes de dosificación. La presencia de nuevos medicamentos está encontrando un atasco específico como resultado de las crecientes pautas regulatorias de salud, al tiempo que requiere cada vez más la responsabilidad de expandir los activos, tanto monetarios como innovadores y humanos ⁽¹⁸⁾.

Dentro de las variables que inciden en la conducta del comprador, se realizó un estudio donde se investiga la conducta del cliente en la investigación de cómo las personas, grupos y asociaciones recogen, adquieren o compran, usan y desechan mano de obra y productos. Los anunciantes deben comprender completamente la conducta del comprador tanto en principio como en realidad. La forma de comportarse de la contratación o captación del cliente y se reconoce por elementos sociales e individuales. De cada uno de ellos, los elementos sociales ejercen el mayor y más profundo impacto ⁽¹⁹⁾.

Dentro de los factores sociales, la subcultura y la clase social a la que pertenecen son impactos especialmente significativos para la conducta de obtención o compra del cliente. En consecuencia, se dice que la cultura es el determinante crucial de los anhelos y formas de comportarse de los individuos. Tenemos, por ejemplo, a través de la familia y otros establecimientos clave, a los jóvenes que se desarrollan y crían en los EE. UU. se les presentan valores en su organización como logros, productividad y razonabilidad, progreso, independencia, oportunidad, compasión y juventud. Los niños que experimentan la infancia en diferentes naciones pueden tener una perspectiva

completamente diferente de sí mismos, en particular las asociaciones con los demás y las costumbres sociales. Los anunciantes deben tener cuidado con las ventajas sociales de cada país para comprender cómo comercializar mejor sus productos actuales y cómo encontrar puertas abiertas adicionales para mejorar sus productos nuevos ⁽²⁰⁾.

Dentro de los elementos sociales, además de las variables sociales, los factores sociales, por ejemplo, las reuniones de referencia, la familia, el trabajo y el bienestar económico influyen en la conducta de compra.

Dentro de los racimos de referencia mostramos que las diferentes agrupaciones de referencia de un individuo son aquellas que tienen un efecto inmediato (cercano y personal) e indirecto sobre sus mentalidades y formas de comportarse. Las diversas reuniones que tienen un impacto inmediato se denominan reuniones de inscripción. Algunas de ellas son reuniones esenciales a las que todos se relacionan con decencia, sin cesar y de manera informal, modelos que incluyen a familiares, amigos, vecinos y colaboradores. Las personas también tienen un lugar con reuniones opcionales, como reuniones estrictas, de expertos y de asociaciones, que a menudo serán más formales y requerirán una comunicación menos continua. Esto impacta a las personas en no menos de tres formas: abren a la persona a nuevas formas de comportarse y formas de vida, y ejercen presión por la congruencia que puede influir en las decisiones de productos y marcas. Las personas también se ven afectadas por reuniones a las que no tienen un lugar. En este sentido, las agrupaciones optimistas son aquellas a las que el individuo podría desear tener un lugar, así mismo las agrupaciones disociativas son agrupaciones cuyas cualidades o conducta son despreciadas por una persona ⁽²¹⁾.

El trabajo de la marca en artículos de droguería, mostramos que la marca es la pieza significativa de un artículo y el marcaje puede realzarla. Los clientes le dan importancia a las marcas y fomentan asociaciones con ellas; reconoce los artículos o administraciones de un comerciante o reunión de vendedores, y lo que los separa de los contendientes.

La marca de medicamentos tiene una calidad cada vez más alta para las organizaciones farmacéuticas, debido a la promoción de medicamentos y a los medicamentos recetados por profesionales. Por tanto, la marca es el justo componente diferenciador de una medicina que permanecerá inalterable durante toda su vida, ya que los demás componentes (paquete, paquetización, entre otros) pueden cambiar. La marca se convierte así en un componente que permitirá el mantenimiento de los pacientes más allá de la fecha de terminación de la patente ⁽²²⁾.

La marca de la medicina está relacionada con una serie de cualidades, por ejemplo, una garantía de la viabilidad y biocompatibilidad del producto, una garantía de que ha sido tratado con controles y pautas de calidad, bienestar del producto, confianza, coherencia del producto. Cuando el medicamento se obtiene por medicamento, se dice que es el momento en el que el médico puede estar obligado, o motivado, a respaldar por pauta dinámica, en lugar de recomendar por marca; y el especialista en medicamentos podría estar obligado a prorratear el gasto más mínimo no excluyente. Incluso es concebible que suceda que, en caso de equidad de precio entre el primer artículo y el artículo no exclusivo, el especialista en medicamentos vende el convencional. Segregación o aseveración hacia el primer elemento por falta de una premisa objetiva en la necesidad de lo convencional ⁽²³⁾.

La ventaja de la medicina de marca frente a la convencional demuestra que la marca reconoce inequívocamente la medicación y, en consecuencia, no confunde al médico que fabrica la medicina, a la farmacia que dosifica la medicina, o al paciente que toma la receta avalada interminablemente por su médico de atención primaria. Asimismo, el remedio por marca es constante y poco sorprendente para el paciente, mientras que el remedio por fijación dinámica es una fuente de desatinos al consumir (distinto aspecto de las cajas, letras, variedades y organizaciones) ⁽²⁴⁾.

La marca no es difícil de acordarse y esto funciona con una mayor funcionalidad al tratamiento. Casi todos los casos de inadecuación de los medicamentos se deben a la falta de adición por parte del usuario. El valor fundamental de los genéricos es que en ciertos países donde no hay controles ni regulación suficiente, es inimaginable esperar saber qué tan viable se contrasta un determinado convencional con el medicamento de marca y, de esta manera, adquirir un riesgo no exclusivo de peligro de no logrando el impacto ideal.

La información a la población sobre un medicamento no exclusivo, según investigaciones, demuestra que un medicamento convencional generalmente genera confusión en la población, a la hora de adquirirlo, debido a la idea básica de que, al ser menos costosas, no provocan los efectos normales. impacto farmacológico. En una investigación sobre el reconocimiento de medicamentos no exclusivos por parte de clientes de las zonas C, D y E en tres zonas de Lima, se observó que el 98,42% de la población en las tres regiones donde se completó la estimación consumía transgénicos, no obstante, cuanto mayor parte de los clientes reveló sentirse bastante receloso sobre su seguridad y viabilidad, las secuelas de la consulta "si reconocerían el cambio de un

medicamento de marca a uno convencional", muestran el impacto que tiene el remedio clínico en el interés por los medicamentos ⁽²⁵⁾.

El 41,1% de los estudiados no reconoce el cambio de un fármaco de marca, recomendado por el especialista, a uno convencional, frente a un 33,2% que podría reconocerlo: esto sería por la prácticamente nula información que tiene el paciente cuando se utilizan medicamentos. Esta conducta se debe a elementos económicos y no a una confianza en la medicación convencional. A esto se suma la enorme cantidad de medicamentos que se consumen sin la solución clínica y siguiendo la propuesta de la droguería o agente farmacéutico, quienes prácticamente por ningún motivo se inclinarán por la utilización de transgénicos. Esto se nota en las consecuencias de la encuesta que evalúa información sobre GM, donde el 34,6% del ejemplo no tiene la menor idea de lo que es un Medicamento No Exclusivo.

Los medicamentos de marca son un signo que se utiliza para reconocer y separar elementos o administraciones en busca, introduciendo esencialmente cualidades primarias, y debe ser posible distinguirlo y separarlo de los demás.) Un medicamento de marca es aquel que ha pasado por cada uno de los ciclos de montaje antes de llegar al mercado como resultado final. A un medicamento se le concede una inscripción limpia que se relacione con un nombre comercial y que tenga una Denominación Mundial Normal (DCI) sin duda alguna por parte del Poder Público de Medicamentos, Gadgets Clínicos y Artículos Estériles, fundamental para tener la opción de ser comercializado. .

La información que tiene los usuarios sobre la medicina de marca es utilizada por los individuos para cubrir una necesidad de reducir el dolor o una patología, generalmente adquieren medicinas de marca, por la idea básica de que cuanto más costosos son mejores, provocando en ocasiones rebeldías curativas, ya que no se hacen cargo de todos los gastos del tratamiento. En una revisión observacional distinta transversal que utilizó una encuesta sustancial y sólida, el 82.5% no tiene la menor idea sobre la droga que usa. En todos los aspectos, hubo un alto nivel de pacientes con información incorrecta, particularmente las medidas cautelares (4,7%). El aspecto que conocen los pacientes menores de 22 años es la "seguridad de la prescripción" (1,9%) y 8 de cada 10 pacientes de la población no tienen la menor idea sobre el medicamento que están utilizando. La mejor ausencia de datos correctos se relaciona con la "seguridad" del medicamento.

La gente en general y su conocimiento sobre los medicamentos, nos da a entender que en estos momentos existe un aumento de cantidad de datos sobre las drogas que, a través de los esfuerzos de publicidad de radio y televisión, folletos esclarecedores, la

experiencia ha demostrado la forma en que la disposición de estos datos adicionales se puede prestar a malas interpretaciones y que a menudo genera nuevas consultas en los compradores. Es importante controlar la venta de recetas ya que estos productos, en caso de que no sean muy descifrados, pueden poner en riesgo la salud de las personas. En una revisión del INI Público en 2014, sobre el cumplimiento de los clientes de droguerías y farmacias, el 54,8% de los clientes expresaron que saben lo suficiente sobre la recurrencia de organización de la receta que adquirieron. El 54,9% reveló conocer suficiente sobre la parte de organización de medicamentos. Esto nos permite comprender que el 45,2% no tiene la menor idea sobre la recurrencia de la organización y el 45,1% la parte de organización del medicamento.

Es fundamental tener en cuenta que cuando un individuo solicita un fármaco por su marca o DCI en la oficina de medicamentos, no se espera que los pacientes sean completamente conscientes de sus propiedades, sus posibles efectos secundarios y su posible cooperación con otras drogas, así como su recurrencia y porción de organización en general.

Debe recibir datos satisfactorios y correctos. Remedios indecorosos y distribuciones moldeadas por faltas de preparación competente, así como mentalidades y modos de comportarse que conducen a la rebeldía con las normas, diseñan una situación que desesperadamente debe ser cambiada. En combinación con estos elementos, la automedicación no declarada ataca regiones en las que solo los expertos deberían recomendar el medicamento, en el momento adecuado.

Del análisis de la información presentada se ha propuesto el presente problema general: ¿Cuáles son los factores que influyen en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023? del mismo modo, los problemas específicos son: ¿Cuáles son los factores internos que influyen en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023?; ¿Cuáles son los factores externos que influyen en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023?; ¿Cuáles son los factores internos que influyen en grado de aceptación de medicamentos genéricos en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023?

Se justifica el presente estudio ya que permitirá determinar que factor es el más influyente al momento de adquirir un medicamento y desde este punto permitirá el informar adecuadamente a los usuarios para que estos obtengan un beneficio. Esta investigación nos explicara y describirá la problemática existente sector farmacéutico, quienes siendo los Químicos Farmacéuticos los encargados de poder brindar una información más clara y detallada al adquirir un medicamento, de tal forma que el usuario no se vea afectado económicamente al momento de adquirir medicamentos sin perjudicar o interrumpir su terapia farmacológica. Además, los usuarios tendrán la posibilidad de poder adquirir un producto acorde con sus necesidades, dando más prioridad a la bioequivalencia del producto de marca al igual que el genérico. Logrando que el usuario quede satisfecho al momento de adquirir dichos productos en la farmacia que cubran sus necesidades.

El objetivo general planteado es: Determinar los factores que influyen en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023; así como también los objetivos específicos: Establecer los factores internos que influyen en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023; Determinar los factores externos que influyen en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia FARMAPERU.

La hipótesis general planteada es: Los factores influyen significativamente en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023. Siendo las hipótesis específicas: Los factores internos influyen significativamente en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023; Los factores externos influyen significativamente en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023;

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

El trabajo de investigación es de tipo correlacional ya que se pretende dar una exposición narrativa, numérica y grafica de los resultados a obtener a través de la medición de la variable y será tipo básico ya que se dará a conocer e informará sobre el problema a investigar.

Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental, ya que se basa en la observación de la variable tal y como será en su contexto para un análisis posterior. Es de corte transversal en vista que la recolección de datos se realiza en un momento determinado. Con un enfoque cualitativo.

2.2. Operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	ESCALA DE MEDICIÓN	ITMS	Niveles y rangos
V1 Factores que influyeron en la adquisición.	Se define como "Aquellos aspectos diferentes que intervienen sobre el consumidor al momento de hacer efectiva la compra de algún producto"	Para medir la variable se utilizará una encuesta dirigida a los consumidores de medicamentos genéricos de la Farmacia FARMAPERU.	Factores internos	Edad	Nominal Dicotómica (0,1)	7	Bajo 0-2
				Conocimiento		8,9,10	Medio: 3-5
				Creencia		11, 12	Alto: 6-8
				Costumbre		13, 14	
			Factores externos	Receta		15, 16	Bajo: 0-1
				Precio		17, 18	Medio 2-3
				Publicidad		19	Alto 4-5
V2	Los medicamentos son aquellos productos o preparados farmacéuticos,	Es el acto de aprobación que tienen las personas frente a	Grado de aceptación de medicamentos genéricos	Información	Nominal Dicotómica (0,1)	1.2.3.4	B:0-1 M:2-3 A:4
				Consumo		5,6,7,8,9	B:0-1 M:2-3 A:4-5

Nivel de aceptación	empleados para prevenir, diagnosticar y/o tratar una determinada enfermedad o estado patológico, comercializado bajo el DCI del principio activo	los medicamentos genéricos y sus dimensiones de información, consumo, confianza y acceso.		Confianza	10,11	B:0 M:1 A:2
				Acceso	12,13, 14,15	Bajo: 0-1 Medio: 2-3 Alto: 4

2.3. Población, muestra y muestreo

Población y muestra. La población estuvo constituida por 150 personas que acuden a la farmacia FARMAPERU. Del cual obtenemos a 108.08 para la muestra de acuerdo a la fórmula no probabilística de muestras finitas.

n = "Tamaño de muestra buscado"

N = "Tamaño de la Población o Universo" = 150

Z = " Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza" (NC) = 1.96

e = "Erro de estimación máximo aceptado" = 0.05

p = "Probabilidad de que ocurra el evento estudiado" (éxito) = 0.5

q = $(1 - p)$ = "Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado" = 0.5

Nivel de confianza	Z_{α}
99.7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28
50%	0,674

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

$$n = \frac{150 * 1.96_{\alpha}^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (150 - 1) + 1.96_{\alpha}^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{150 * 3.8416 * 0.25}{0.0025 * (149) + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{144.06}{1.3329}$$

$$n = 108.08$$

Criterios de inclusión

- Personas mayores de 18 años de ambos sexos que deseen participar voluntariamente de la investigación.
- Personas que asistan a la farmacia, y que firmen el consentimiento informado.

Criterios de exclusión

- Personas menores de 18 años que no deseen participar voluntariamente de la investigación.
- Personas que no deseen firmar el consentimiento informado.

2.4. Técnicas de recolección de datos

Técnicas

La técnica que se utilizará en esta investigación será la encuesta, ya que obtendremos los datos necesarios de un grupo de personas.

Instrumentos

El instrumento a utilizar será un cuestionario especialmente diseñado para recabar la información necesaria para la investigación.

2.5. Análisis de datos

El análisis de datos se realizó a través del programa IBM SPSS versión 24, para lo cual se implementó una base de datos en Excel, la prueba estadística que se utilizó para la

construcción de las hipótesis fue la de Chi-Cuadrado, estos se hicieron con un nivel de significancia de 0,05.

2.6. Consideraciones Éticas

Para la presente investigación se protegerá el anonimato y privacidad de los encuestados, protegiendo su información personal y a su vez remarcando la participación voluntaria de cada uno de ellos, brindándoles un consentimiento informado detallando los objetivos de la investigación y los datos del investigador.

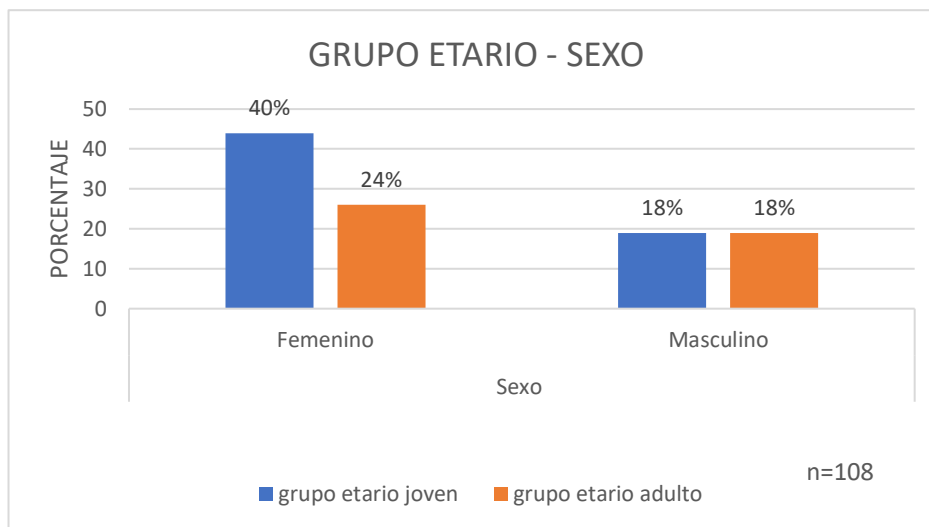
III. RESULTADOS

3.1 TABLA 1: Frecuencia del grupo etario – sexo de la población atendida en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023.

GRUPO ETARIO	SEXO				TOTAL
	Femenino	%f	Masculino	%f	
Joven (18-29 años)	44	40%	19	18%	63
Adulto (30-59 años)	26	24%	19	18%	45
TOTAL	70	64%	38	36%	108

Fuente: Matriz De Sistematización (SPSS 26)

GRAFICO 01: Frecuencia del grupo etario - sexo de la población atendida en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023



Fuente: Tabla 1

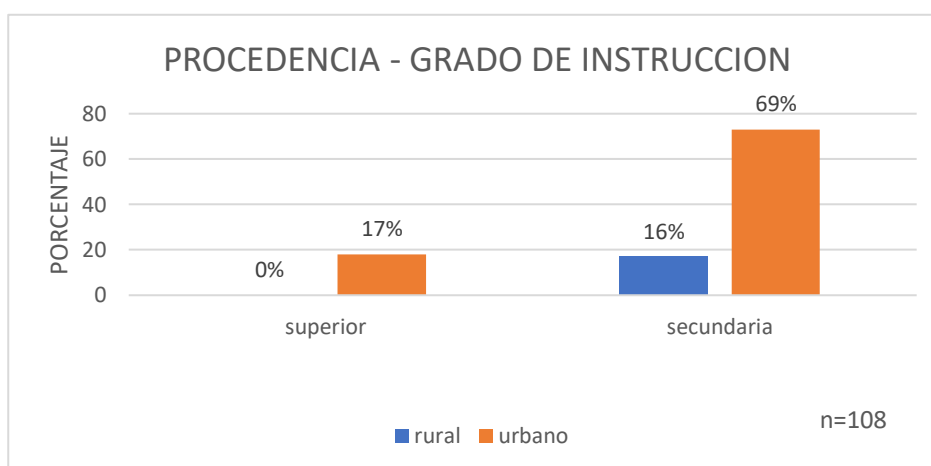
Interpretación: En la tabla N°1 y grafico N°1, respecto al grupo etario – sexo del 100% de usuarios encuestados el 40% se encuentran en un sexo femenino que está en la categoría de joven. El 24% se encuentran en un sexo femenino que está en la categoría de adulto, El 18% se encuentran en un sexo masculino que está en la categoría de joven. El 18% se encuentran en un sexo masculino que está en la categoría de adulto.

3.2 TABLA 02: Frecuencia de Procedencia – Grado de instrucción de la población que fue atendida en la Farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023.

		GRADO DE INSTRUCCIÓN				TOTAL
		superior	%f	secundaria	%f	
LUGAR DE PROCEDENCIA	rural	0	0%	17	16%	17
	urbano	18	17%	73	69%	91
TOTAL		18	17%	90	83%	108

Fuente: Matriz De Sistematización (SPSS 26)

GRAFICO 02: Frecuencia de Procedencia – Grado de instrucción de la población que fue atendida en la Farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023.



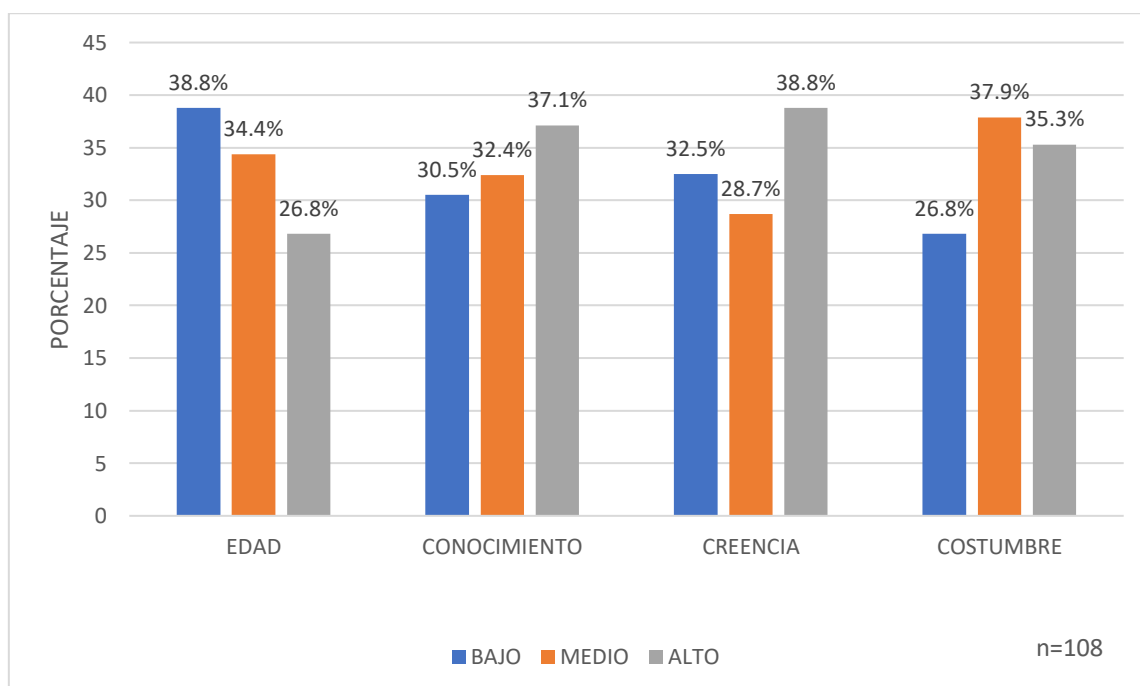
Fuente: tabla 02

Interpretación: En la tabla N°2 y gráfico N°2, respecto al lugar de procedencia – grado de instrucción del 100% de usuarios encuestados el 69% se encuentra en un lugar de procedencia urbano, el 16% se encuentran en un lugar de procedencia rural, el 17% se encuentran en un lugar de procedencia urbano que esta con un grado de instrucción superior.

3.3 TABLA 03: Factores internos que influyen en la adquisición de medicamentos genéricos en la Farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023.

FACTORES INTERNOS	BAJO		MEDIO		ALTO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
EDAD	42	38.8%	37	34.4%	29	26.8%	108	100%
CONOCIMIENTO	33	30.5%	35	32.4%	40	37.1%	108	100%
CREENCIA	35	32.5%	31	28.7%	42	38.8%	108	100%
COSTUMBRE	29	26.8%	41	37.9%	38	35.3%	108	100%

GRAFICO 03: Factores internos que influyen en la adquisición de medicamentos genéricos en la Farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023.



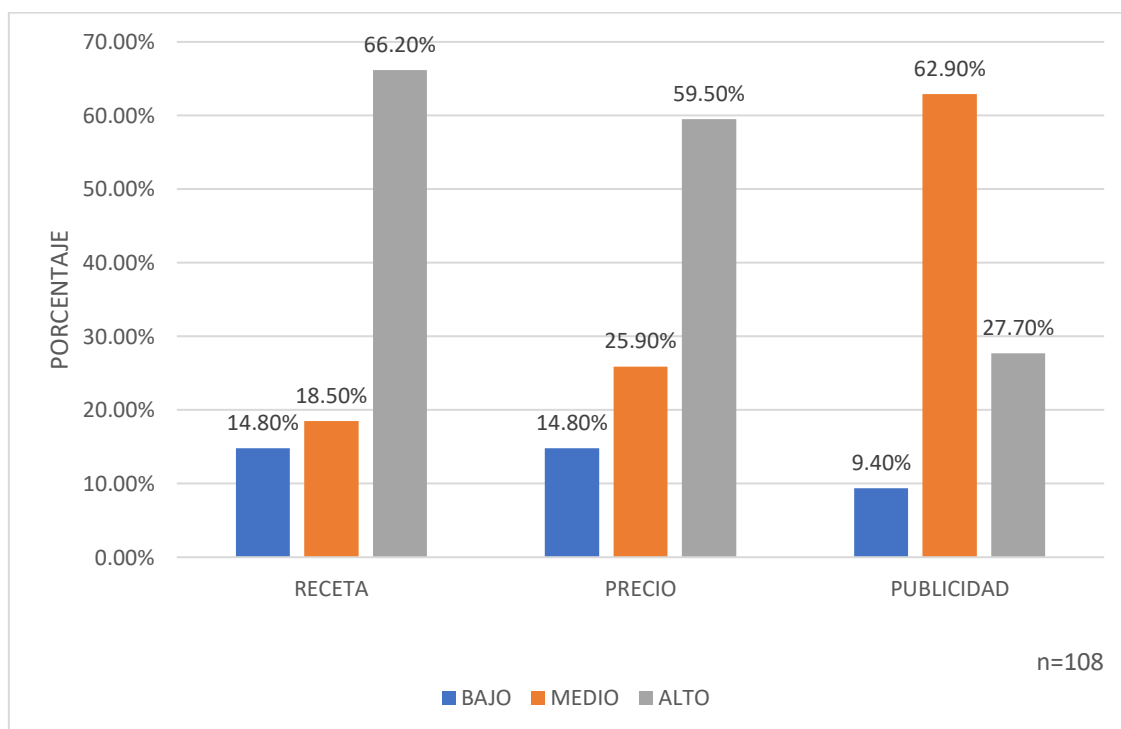
Interpretación: En la tabla N°3 y figura N°3 se aprecia que para el indicador edad de 108 usuarios, el 38.8% mostro tener un nivel bajo, el 26.8% mostro tener un nivel alto, en cuanto al indicador conocimiento el 37.1% mostro tener un nivel alto, el 30.5% mostro tener un nivel bajo, el indicador creencia el 38.8% mostro tener un nivel alto, el 28.7% mostro tener un nivel medio, el indicador costumbre el 37.9% mostro tener un nivel medio, el 26.8% mostro tener un nivel bajo.

3.4 TABLA 04: Factores externos que influyen en la adquisición de medicamentos genéricos en la Farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023.

FACTORES EXTERNOS	BAJO		MEDIO		ALTO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
RECETA	16	14.8%	20	18.5%	72	66.2%	108	100%
PRECIO	16	14.8%	28	25.9%	64	59.5%	108	100%
PUBLICIDAD	10	9.4%	26	27.7%	30	27.7%	108	100%

Fuente: Matriz De Sistematización (SPSS 26)

GRAFICO 04: Factores externos que influyen en la adquisición de medicamentos genéricos en la Farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023.



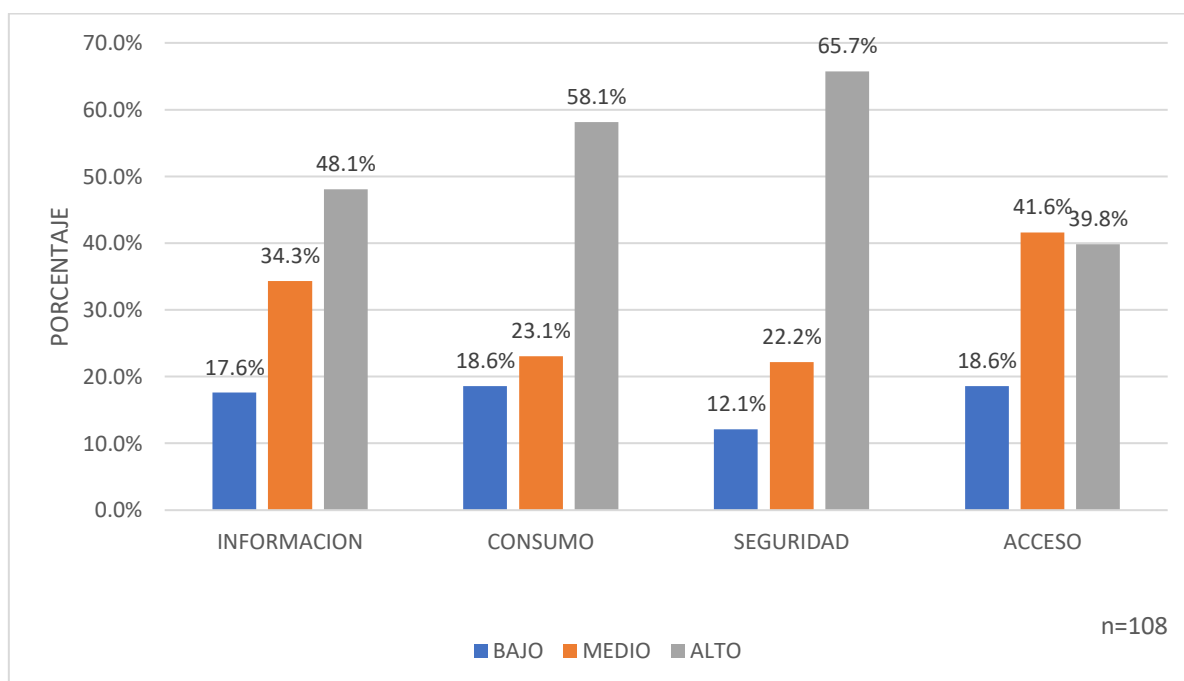
Fuente: tabla 04

Interpretación: En la tabla N°4 y figura N°4 se aprecia que para el indicador receta de los 108 usuarios el 66.20% mostro tener un nivel alto, el 14.80% mostro tener un nivel bajo, el indicador precio el 59.50% mostro tener un nivel alto, el 14.80% mostro tener un nivel bajo, el indicador publicidad el 62.90% mostro tener un nivel medio, y el 9.40% mostro tener un nivel bajo.

3.5 TABLA 05: Nivel de aceptación de medicamentos genéricos en la adquisición de medicamentos genéricos en la Farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023.

NIVEL	BAJO		MEDIO		ALTO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
DIMENSIONES								
INFORMACION	19	17.6%	37	34.3%	52	48.1%	108	100%
CONSUMO	20	18.6%	25	23.1%	63	58.1%	108	100%
SEGURIDAD	13	12.1%	24	22.2%	71	65.7%	108	100%
ACCESO	20	18.6%	45	41.6%	43	39.8%	108	100%

GRAFICO 05: Nivel de aceptación de medicamentos genéricos en la adquisición de medicamentos genéricos en la Farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023.



Interpretación: En la tabla N°5 y figura N°5 se aprecia que para el indicador información el 48.1% mostro tener un nivel alto, el 17.6% mostro tener un nivel bajo, el indicador consumo el 58.1% mostro tener un nivel alto, el 18.6% mostro tener un nivel bajo, el indicador seguridad el 65.7% mostro tener un nivel alto, el 12.1% mostro tener un nivel bajo, el indicador acceso el 41.6% mostro tener un nivel medio, el 18.6% mostro tener un nivel bajo.

PRUEBA DE HIPÓTESIS

3.6 Tabla 06. ASOCIACION ENTRE GRADO DE ACEPTACION DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS Y FACTORES INTERNOS

	valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,471a	4	,976
Razón de verosimilitudes	,753	4	,945
Asociación lineal por lineal	,003	1	,953
N de casos válidos	108		

PRUEBA DE CHI CUADRADO

a. 5 casillas (55,6%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,42

INTERPRETACION: Este estudio evaluó el grado de aceptación y factores internos en 108 pacientes de la ciudad de Juliaca. Según la prueba de Chi-cuadrado de Pearson, no existe asociación entre grado de aceptación y factores internos en 108 pacientes ($P = 0,976$)

3.7 Tabla 07. ASOCIACION ENTRE GRADO DE ACEPTACION DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS Y FACTORES EXTERNOS

	valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,237	2	,120
Razón de verosimilitudes	2,712	2	,258
Asociación lineal por lineal	3,065	1	,080
N de casos válidos	108		

PRUEBA DE CHI CUADRADO

a. 4 casillas (44,4%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,07.

INTERPRETACION: Este estudio evaluó el grado de aceptación y factores externos en 108 pacientes de la ciudad de Juliaca. Según la prueba de Chi-cuadrado de Pearson, no existe asociación entre grado de aceptación y factores externos en 108 pacientes (P = 0,120)

3.8 Tabla 08. ASOCIACION ENTRE GRADO DE ACEPTACION DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS Y FACTORES QUE INFLUYEN

		valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
FACTORES QUE INFLUYEN	Chi-cuadrado de Pearson	,471a	4	,952
	Razón de verosimilitudes	,753	4	,919
	Asociación lineal por lineal	,003	1	,574
	N de casos válidos	108		

PRUEBA DE CHI CUADRADO

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,08

INTERPRETACION: En el presente estudio se evaluó grado de aceptación de medicamentos genéricos y factores que influyen en 108 pacientes, en el cual se encontró que según la prueba chi-cuadrado de Pearson tanto en factores internos como en factores externos ($p=0.952$; correspondientemente) no existe una asociación entre ambas variables

IV. DISCUSIÓN

De acuerdo a lo encontrado en la investigación, encontramos cierta contradicción con el estudio presentado por Rey (2018). Donde encontraron como factores potenciales que pueden influir en la interacción dinámica con respecto a la solución y utilización de medicamentos no exclusivos frente a medicamentos de marca, así como a la inversa: calidad de los medicamentos, percepción con respecto a la viabilidad, perfil de seguridad de los medicamentos (ocasiones desfavorables), consumo del marco de bienestar, entre otros. De igual manera en el estudio presentado por Gonzales (2018), quien encontró que los especialistas con el interés en el avance del mercado de los genéricos deberían seguir esforzándose por equilibrar los aspectos prácticos y monetarios entre los puntos fuertes del fabricante y sus pretensiones convencionales, pero no deberían descuidar los aspectos mentales y sociales de la conducta de compra del cliente.

En el estudio presentado por Honrubia (2017). Se indico también que existe un alto reconocimiento de sustitución por medicamentos convencionales en los OF (90,8%). El factor principal que genera el rechazo del reemplazo es que el paciente no necesita cambios en el remedio. De la misma forma en estudios a nivel nacional se encontró contradicción con el estudio presentado por Canales (2019). Quien encontró un uso máximo de medicamentos convencionales, con una normalidad de 4,9; Apertura ligada más al límite monetario que a la confianza en este tipo de fármaco, ya que hay dudas sobre su bienestar y viabilidad, y de la misma forma con el estudio presentado por Pasmíño (2019), donde indicaron que existe un nivel medio en cuanto a la aceptación de medicamentos no exclusivos, ya que en realidad tienen la inquietud de que no cumple con el impacto remedial normal, en cuanto a los datos de medicamentos convencionales, se obtiene un nivel medio, esto se debe a la supuesta inconsistencia de que el medicamento de marca es superior a un medicamento convencional. Se encontró también contradicción con el estudio presentado por López (2018). Quien concluyo que dentro de las variables interiores con un 47%, la información sobre los clientes que consultan el tema es considerada como un componente de mayor prevalencia, seguida por la edad con un 31% y las condenas con un 21%. Además, se observó que, dentro de los factores externos, el 37% consideró las opciones de medicamentos como un elemento concluyente previo a la obtención de la receta, seguido por el 31,5% del costo y la publicidad individual. Por último, Echevarría (2021). Se concluyo que si existe una relación entre el grado de información sobre medicina de marca versus genéricos con la edad y orientación de los ocupantes de la urbanización

San Nicolás Beatriz - Lima, 2021, en caso de que existan hay una conexión entre el grado de información con el nivel de orientación, no hay relación del gasto o componente monetario con el grado de indagación. En cualquier caso, sí con las ofertas y avances, pero no con la recurrencia del uso de medicamentos no exclusivos. Se evidencia un nivel medio de certeza respecto a los ocupantes hacia medicamentos no exclusivos. Por tanto, no tiene relación fáctica con el grado de información sobre los ocupantes.

V. CONCLUSIONES

Los factores internos: edad, conocimiento, creencia y costumbre no están asociados al grado de aceptación de medicamentos genéricos, ya que al realizar la prueba de chi-cuadrado nos resultó 0.976. Se observó que la mayor influencia en la adquisición de medicamentos fue la creencia ya que 42 personas corresponden a un 38.8%.

Los factores externos: receta, precio y publicidad no están asociados al grado de aceptación de medicamentos genéricos, ya que al realizar la prueba de chi-cuadrado nos resultó 0.120. Se observó que la mayor influencia a la hora de adquirir medicamentos genéricos fue la receta con un total de 72 personas corresponden a un 66.2%.

Los factores internos y externos no están asociados al grado de aceptación de medicamentos genéricos, ya que al realizar la prueba estadística chi-cuadrado se obtuvo 0.952.

VI. RECOMENDACIONES

- Se recomienda al ministerio de salud en coordinación con el gobierno regional, DIGEMID y establecimientos farmacéuticos, promover la venta de medicamentos genéricos mediante campañas, programas y charlas.
- Se recomienda a los profesionales de la salud que al momento de la prescripción de recetas se considere el DCI (denominación común internacional) del medicamento de marca.
- Se recomienda al Químico Farmacéutico del establecimiento farmacéutico, que durante el expendio se dé a conocer a los usuarios sobre las ventajas de los medicamentos genéricos y así generar un mayor ahorro para el usuario, sin disminuir la calidad y eficacia del medicamento.
- A la población, no acostumbrarse a la recomendación de terceras personas y no dejarse influenciar por los medios publicitarios (radio, televisión, internet), al momento de adquirir algún medicamento.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Sanchez D. Accesibilidad a los servicios de salud: debate teórico sobre determinantes e implicaciones en la política pública de salud. Revista medica del instituto mexicano del seguro social. 2015; 12(1).
2. Espinoza E. Principales problemas en la gestión de establecimientos de salud en el. Revista Cubana de Salud Pública.. 2020; 46(4).
3. Garcia M. disponibilidad de medicamentos esenciales genéricos en denominación común internacional en boticas y servicios de farmacias del sector privado en la Provincia de Ica, año 2021. Tesis de pregrado. Peru: Universidad Nacional "San Luis Gonzaga", Ica; 2021.
4. Eyzaguirre C. El proceso de incorporación de la medicina tradicional y alternativa y complementaria en las políticas oficiales de salud. Tesis de maestria. Peru: Universidad Nacional Mayor De San Marcos, Lima; 2016.
5. Hermoza-Moquillaza R. Automedicación en un distrito de Lima Metropolitana, Perú. Revista Medica Herediana. 2019; 27(1).
6. Tapia E. Lineamientos de Política para mejorar el acceso a medicamentos genericos y de marca. Tesis de pregrado. Ecuador: Pontificia Universidad Católica Del Ecuador, Quito; 2015.
7. Rey Serrato YP. Revisión de factores que influyen en prescripción y uso de medicamentos genéricos vs de marca en colombia y otros países de latinoamérica. Tesis de pregrado. Colombia: Corporación Tecnológica De Bogotá, Bogota; 2018.
8. Gonzales S. Intención de compra de medicamentos genéricos por parte de los usuarios de asturias. Revista española de salud publica. 2018; 77(6).
9. Honrubia F. Aceptación de la sustitución por medicamentos genéricos en la oficina de farmacia. Acceptance of Replacement by Generic Medicines at Community Pharmacies. 2017; 39(85).
10. Canales L. Aceptación de medicamentos genéricos por usuarios de sectores c, d y e en tres zonas de lima. Ciencia e Investigacion. 2019; 15(1).
11. Pasmino J. Nivel de aceptación de medicamentos genéricos por usuarios que acuden al departamento de farmacia del Hospital San Juan de Lurigancho, 2019. Tesis de pregrado. Peru: Universidad Maria Auxiliadora, Lima; 2019.
12. Lopez D. Factores que influyen en la adquisición de medicamentos de marca y genéricos en la farmacia de la Clínica San Juan de Dios Cusco. Tesis de pregrado. Peru: Universidad Cesar Vallejo, Lima; 2018.
13. Alvarez Y. Factores que influyen en el nivel de aceptación de los medicamentos del Centro de Salud. Tesis de pregrado. Peru: Universidad Cesar Vallejo, Lima; 2020.
14. Echevarria L. Nivel de conocimiento respecto a medicamento de marca frente a los genéricos en pobladores en la Urbanización Santa Beatriz-Lima,2021. Tesis de pregrado. Lima: Universidad interamericana, Lima; 2021.

15. Aranda M. La farmacia de los medicamentos genéricos. REv. Colombia ciencia quimica farm. 2019; 48(2).
16. Perez-Cajaraville J. El dolor y su tratamiento a través de la historia. Revista de la sociedad española del dolor. 2015; 12(6).
17. Figueirinha M. Intoxicación por dietilenglicol en productos de uso medicinal: Análisis de episodios en el período 1990-2015. universitat autonoma de barcelona. 2019; 16(22).
18. Jennifer I. Metabolismo de los fármacos. manual MSD. 2022; 1(1).
19. ZUrita j. De la investigación a la práctica: fases clínicas para el desarrollo de fármacos. REv. alergia mexico. 2019; 66(2).
20. Bruneau J. Consumidores: Una Reflexión sobre los Aspectos de la Cultura del Consumo. Rev. de administracion da unimep. 2019; 7(1).
21. Delgado S. Análisis del comportamiento de compra en servicios intangibles. Rev, universidad y sociedad. .
22. Ramirez M. La Prescripción de medicamentos y su repercusión social. Rev cubana de salud publica. 2016; 32(4).
23. Dongo V. Ley N.º 29459 Ley de los productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios. Rev. peruana de medicina experimental y salud publica. 2019; 26(4).
24. Garcia V. Los medicamentos genéricos en Colombia: industria, políticas de salud y farmaceutización durante la década de 1960. rev. universidad los andes. 2017; 45(65).
25. Miranda J. El mercado de medicamentos en el Perú. Rev medicina farmaceutica. 2014; 24(11).

Anexos

ANEXO 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
¿Cuáles son los factores que influyen en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023?	Determinar los factores que influyen en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023	Los factores influyen significativamente en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023	V.I Factores influyeron en que la adquisición.	Factores internos	Edad	Nominal
					Conocimiento	
					Creencia	
				Factores externos	Costumbre	
					Receta	
					Precio	
					Publicidad	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis Específicas			Información	Nominal
¿Cuáles son los factores internos que influyen en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023?;	Establecer los factores internos que influyen en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023;	Los factores internos influyen significativamente en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023;	V.D. Nivel de aceptación	Grado de aceptación de medicamentos genéricos	Consumo	
					Confianza	
					Acceso	
¿Cuáles son los factores externos que influyen en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023?;	Determinar los factores externos que influyen en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023;	Los factores externos influyen significativamente en la adquisición de medicamentos genéricos asociados al nivel de aceptación en la farmacia				
¿Cuáles son los factores internos que influyen en grado						

de aceptación de medicamentos genéricos en la farmacia FARMAPERU, Juliaca 2023?;		FARMAPERU, Juliaca 2023;				
--	--	--------------------------	--	--	--	--

ANEXO 2: INSTRUMENTO DE APLICACION

ENCUESTA 01:

CUESTIONARIO PARA EVALUAR FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ADQUISICIÓN DE MEDICAMENTOS

Hora de inicio: Fecha de la encuesta: __/__/__

FILIACIÓN

1. Sexo:
2. Edad: Fecha de nacimiento:
3. Lugar de nacimiento:

DATOS GENERALES

4. **Ocupación:**
Jubilado Estudiante Profesional
5. **Grado de instrucción:**
Sin instrucción Secundaria
Primaria Superior
6. **Situación laboral:** Dependiente Independiente

CUESTIONARIO

Estimado(a) colaborador(a), la presente servirá para conocer qué factores influyen en Ud. a la hora de elegir un medicamento. Sus respuestas serán tratadas de forma anónima y confidencial, usada exclusivamente para fines de investigación y no serán orientadas para ningún otro propósito, por lo que solicitamos responder con sinceridad, veracidad y total libertad, y no dejar ninguna pregunta sin responder.

CUESTIONARIO 1: FACTORES QUE INFLUYEN

FACTORES INTERNOS

7.	Considera que su edad determina en la decisión de compra de medicamentos
	A. SI B. NO
8.	Usted conoce la diferencia que existe entre un medicamento de marca y un medicamento genérico?
	A. SI B. NO
9.	Las recomendaciones que Ud. Toma en cuenta a la hora de adquirir un medicamento proviene de un profesional de salud?
	A. SI B. NO
10.	Usted toma en cuenta las reacciones adversas que pueda causar el medicamento a la hora de adquirirlos?
	A. SI B. NO
11.	Considera que su creencia determina en sus decisiones al momento de elegir un medicamento?

	A. SI	B. NO
12.	Cree usted que los medicamentos de marca son más confiables que los medicamentos genéricos	
	A. SI	B. NO
13.	Cuando adquiere un medicamento, usted acostumbra tomar en cuenta las recomendaciones de terceras personas, como, por ejemplo: familiares, amistades, etc.	
	A. SI	B. NO
14.	Usted acostumbra a comprar medicamentos con receta medica	
	A. SI	B. NO

FACTORES EXTERNOS

15.	Cuando usted visita el médico, y este le proporciona una receta médica, Usted la adquiere respetando rigurosamente la receta (RECETA).	
	A. SI	B. NO
16.	Al momento de adquirir un medicamento el precio o costo es significativo para usted. (PRECIO)	
	A. SI	B. NO
17.	Usted considera que la publicidad determina la adquisición de un medicamento. (publicidad)	
	A. SI	B. NO
18.	Las promociones de medicamentos, bonificaciones, influyen en la adquisición de medicamentos (precio).	
	A. SI	B. NO
19.	Al momento de adquirir un medicamento, acepta alternativas Farmacológica similares al de la receta. (receta)	
	A. SI	B. NO

CUESTIONARIO 2: NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LOS MEDICAMENTOS

a) Información		
1.	¿Ha oído hablar usted de los medicamentos genéricos?	
	A. SI	B. NO
2.	¿El personal de salud le ha informado sobre los medicamentos genéricos?	
	A. SI	B. NO
3.	¿Cree usted que un medicamento genérico es exactamente igual al de marca?	
	A. SI	B. NO
4.	¿Durante el expendio recibe información del personal de farmacia sobre medicamentos genéricos?	
	A. SI	B. NO
b) Consumo		
5.	¿Toma algún medicamento de forma habitual?	
	A. SI	B. NO

6.	Si le recetan un medicamento de marca y en la farmacia le ofrecen cambiárselo por un medicamento genérico, ¿aceptaría el cambio?
	A. SI B. NO
7.	¿Se siente tranquilo al comprar medicamentos genéricos?
	A. SI B. NO
8.	¿Durante su utilización, siente mejoría en su tratamiento?
	A. SI B. NO
9.	¿Volvería a consumir medicamentos genéricos?
	A. SI B. NO
c) Seguridad	
10.	¿Le parece que el medicamento genérico es seguro y confiable?
	A. SI B. NO
11.	¿Cree usted que el medicamento que le receta su médico es seguro para su tratamiento?
	A. SI B. NO
d) Acceso	
12.	¿Normalmente le recetan medicamento genérico?
	A. SI B. NO
13.	¿Le parece accesible el precio de los medicamentos genéricos?
	A. SI B. NO

ANEXO 3: VALIDACION DE INSTRUMENTO

FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

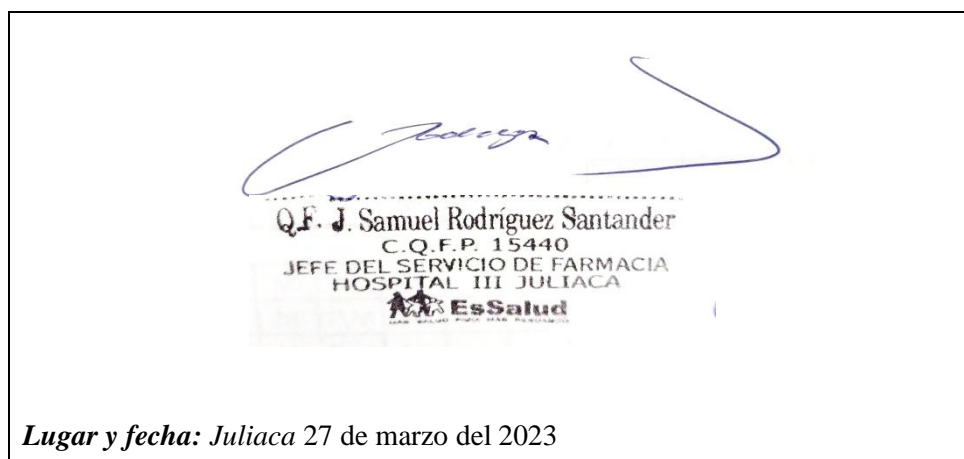
PROMEDIO DE VALORACIÓN

Muy buena

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

a. Deficiente b. Baja c. Regular d. Buena e. Muy buena

Nombres y Apellidos : Juan Samuel Rodriguez Santander
DNI N° : 02433165 Teléfono/Celular : 951705728
Dirección domiciliaria : Urb. Villa San Roman Mz 20
Título Profesional : Químico Farmacéutico
Grado Académico : Magister
Mención : Salud publica



PROMEDIO DE VALORACIÓN

Muy buena

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

a. Deficiente b. Baja c. Regular d. Buena e. Muy buena

Nombres y Apellidos : Orlando Jesus Carbajal
DNI N° : 25748045 Teléfono/Celular : 941475716
Dirección domiciliaria : Av. Arequipa MZ 02, lote 6, Urb. Ramón Castilla
Título Profesional : Químico Farmacéutico
Grado Académico : Magister
Mención : Maestro en Docencia Universitaria



Mg. Orlando Jesus Carbajal

CQFP: 23574

Firma

Lugar y fecha: Huancayo 01 de marzo del 2023

PROMEDIO DE VALORACIÓN

Muy buena

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

a) Deficiente b) Baja c) Regular d) Buena e) Muy Buena

Nombre y Apellidos : Rojas Aire Max Carlos

DNI N° : 40126133 Teléfono/Celular:

Dirección domiciliaria : Jr inca Ripac N°120 Inca Ripac -Huancayo 978514440

Título Profesional : Químico Farmacéutico

Grado Académico : Magister

Mención : Salud Publica



Firma

Lugar y Fecha: Huancayo 3 de mazo 2023

ANEXO 4: AUTORIZACIÓN PARA EJECUCIÓN

“AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO”

SOLICITUD

Solicito: Permiso para realizar trabajo de investigación

Sra. JUDITH JUANA LUQUE QUISOCALA

Químico farmacéutico del establecimiento farmacéutico donde se realizará el trabajo de investigación.

Yo, EYLIN SHAMARA ESTOFANERO ROJAS identificada con DNI: 71937997 domiciliada en Jr. San Isidro Mz.22 y MARICRUZ MAMANI QUISPE identificada con DNI: 70203988 domiciliada en Av. Circunvalación barrio las mercedes. Nos presentamos ante usted respetuosamente y exponemos.

Que habiendo culminado la carrera profesional de farmacia y bioquímica en la universidad ROOSVELT, solicito a usted permiso para poder realizar el trabajo de investigación titulada “FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ADQUISICIÓN DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS ASOCIADOS AL NIVEL DE ACEPTACIÓN EN LA FARMACIA FARMAPERU, JULIACA 2023” Para optar el grado de Químico Farmacéutico.

Por lo expuesto ruego a usted acceder a mi solicitud por ser de justicia.

Juliaca 01 de marzo del 2023



Eylin Shamara Estofanero Rojas
DNI: 71937997



Maricruz Mamani Quispe
DNI: 70203988

“AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO”


CONSTANCIA DE APLICACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

La Q.F. del establecimiento farmacéutico “FARMAPERU” ubicado en la ciudad de Juliaca

Por la presente hago CONSTANCIA DE APLICACIÓN DE INSTRUMENTO de la investigación titulada “FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ADQUISICIÓN DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS ASOCIADOS AL NIVEL DE ACEPTACIÓN EN LA FARMACIA FARMAPERU, JULIACA 2023”, aplicada por los bachilleres: Bach. Eyllin Shamara Estofanero Rojas, Bach. Maricruz Mamani Quispe. La cual dio inicio el día 03 de marzo y culminó el día 08 de marzo del presente año, en el horario de 8:00 am a 06: pm, demostrando puntualidad, responsabilidad y eficacia cumpliendo así con la aplicación de su instrumento de tesis de manera satisfactoria.

Se le expide la presente constancia a fines de que vea por conveniente al interesado

JULIACA, 10 DE MARZO DEL 2023



.....
Judith J. Luque Quisocala
QUÍMICO FARMACÉUTICO
CQ.F.P. 20310

FIRMA Y SELLO
DNI: 47558883

ANEXO 5: FOTOS

