

NOMBRE DEL TRABAJO:

FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS POR USUARIOS QUE ACUDEN A LA BOTICA SANNA DE LA MOLINA, LIMA 2023

ASESOR:

- Mg. Q.F. Huamán Gutiérrez, Juan Orlando

AUTORES:

- Bach. Hernani Sevillanos, Rocío Vanesa
- Bach. Povis Davila, Ruth Marigyn

RESUMEN DEL SOFTWARE DE DETECCIÓN DE SIMILITUDES

NOMBRE DEL TRABAJO

TESIS - HERNANI Y POVIS.docx

RECUENTO DE PALABRAS

7311 Words

RECUENTO DE CARACTERES

38608 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

75 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

3.2MB

FECHA DE ENTREGA

Jul 25, 2023 6:18 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jul 25, 2023 6:19 PM GMT-5

● 2% de similitud general

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

- 2% Base de datos de Internet
- 0% Base de datos de publicaciones

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 20 palabras)





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

TESIS
**FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE
MEDICAMENTOS GENÉRICOS POR USUARIOS QUE ACUDEN
A LA BOTICA SANNA DE LA MOLINA, LIMA 2023**

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

AUTORES:

Bach. Hernani Sevillanos, Rocio Vanesa

Bach. Povis Davila, Ruth Marigyn

ASESOR:

Mg. Huamán Gutiérrez, Juan Orlando

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Ciencias Farmacéuticas

HUANCAYO – PERÚ

2023

DEDICATORIA

Dedico la investigación a Dios que siempre ha estado con nosotras en todo momento bueno y malo, dándonos las fuerzas y salud para llegar a todo lo que hemos deseado hasta ahora. A nuestra familia por su comprensión y soporte en los momentos difíciles. Nos han brindado con todo su amor incondicional valores, principios, perseverancia y empeño.

Rocio y Ruth

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradecer a nuestro asesor Mg. Juan Huamán Gutiérrez, por su esfuerzo y dedicación que han sido indispensables en el proceso formativo, por el sentido de seriedad, responsabilidad y exigencia académica. Así mismo, un especial agradecimiento por el apoyo incondicional al Q.F. Raúl Mamani quien contribuyó también en nuestra formación académica, por su valiosa orientación y aliento en los momentos críticos.

Rocío y Ruth

JURADO DE SUSTENTACIÓN

PRESIDENTE

Mg. Diaz Uribe, Julio Luis

SECRETARIO

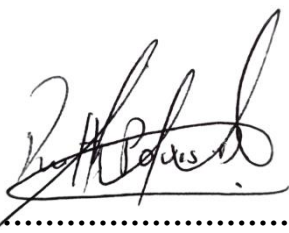
Mg. Q.F. Cano Perez, Carlos Alfredo

VOCAL

Mg. Q.F. Huamán Gutiérrez, Juan Orlando

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo POVIS DAVILA, RUTH MARIGYN de nacionalidad peruana, identificado con D.N.I N° 45721804, tesista de la universidad de Huancayo Franklin Roosevelt, bachiller en Farmacia y Bioquímica, domiciliada en; Av. Los fresnos 1497.Urb. Portada del sol de la Molina 1 - La Molina. DECLARO BAJO JURAMENTO: QUE TODA LA INFORMACIÓN PRESENTADA ES AUTENTICA Y VERAZ. Me afirmo y reafirmo en lo expresado en señal de lo cual firmo el presente documento a los 16 días del mes de julio del 2023.



.....

Bach. Povis Davila Ruth Marigyn

D.N.I N° 45721804



HUELLA DIGITAL

DECLARACIÓN JURADA SIMPLE

Yo HERNANI SEVILLANOS ROCÍO VANESA de nacionalidad peruana, identificado con DNI N° 71122092, tesista de la universidad de Huancayo Franklin Roosevelt, bachiller en Farmacia y Bioquímica, domiciliado en mz: E – lt: 14 – gr: 2, AA.HH. La Encantada, Villa el Salvador. DECLARO BAJO JURAMENTO: QUE TODA LA INFORMACION PRESENTADA ES AUTÉNTICA Y VERAZ. Me afirmo y reafirmo en lo expresado en señal de lo cual firmo el presente documento a los 16 días del mes de julio del 2023.



.....

Bach. Hernani Sevillanos Rocío Vanesa

DNI N° 71122092



HUELLA DIGITAL

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
Página del jurado	iv
Declaración de autenticidad	v
ÍNDICE	1
RESUMEN	2
ABSTRACT	3
I. INTRODUCCIÓN	4
II. METODOLOGÍA	13
2.1. Tipo y diseño de la investigación.....	13
2.2. Operacionalización de la variable	13
2.3. Población, muestra, muestreo y criterios de selección.....	14
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	15
III. RESULTADOS	17
IV. DISCUSIÓN	37
V. CONCLUSIONES	39
ANEXOS	42

RESUMEN

En el presente trabajo nos planteamos como Objetivo. Determinar los factores que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos por los consumidores que acuden a la botica Sanna de La Molina, Lima 2023. Métodos. La investigación fue cuantitativa, descriptiva, transversal, no experimental y prospectiva. Se utilizó un cuestionario para recabar información de 293 clientes que visitan la botica Sanna del distrito de La Molina para comprar medicinas genéricas. Resultados. La mayoría de los encuestados tenía entre 30 y 49 años; el 48,1% tenía una carrera superior y el 50,2% ejercía una profesión. Todos habían comprado un medicamento genérico un año antes; el 91,5% prefiere las medicinas genéricas entre absolutamente, la mayoría de las veces sí, y a veces; el 30,4% y el 32,8%, respectivamente, considera que los genéricos alivian síntomas y tratan enfermedades; casi el 50% afirman que la opinión familiar es influyente entre definitivamente, la mayoría de veces sí y a veces; el 30% afirma que son de alto calidad; mientras que el 25,6% es consciente en cambiar a genéricos, el 43,3% respeta la prescripción; el 31,7% y el 84% de encuestados afirman que el precio es influyente y que son muy cómodos, respectivamente; y la publicidad es citada como factor en la compra de medicamentos genéricos por el 34,1% de los encuestados. Conclusión. Tanto los factores internos y externos influyen en la decisión de compra de medicinas genéricas en los usuarios que acuden a la botica Sanna en el distrito de La Molina.

Palabras clave: Factores que influyen, medicamentos genéricos, botica Sanna.

ABSTRACT

In this work we consider ourselves as Objective. Determine the factors that influence the decision to purchase generic medications by consumers who go to the Sanna pharmacy in La Molina, Lima 2023. Methods. The research was quantitative, descriptive, transversal, non-experimental and prospective. A questionnaire was used to collect information from 293 clients who visit the Sanna pharmacy in the La Molina district to buy generic medicines. Results. The majority of respondents were between 30 and 49 years old; 48.1% had a higher degree and 50.2% worked in a profession. All had purchased a generic medication a year earlier; 91.5% prefer generic medicines between absolutely, most of the time yes, and sometimes; 30.4% and 32.8%, respectively, consider that generics relieve symptoms and treat diseases; almost 50% affirm that family opinion is influential between definitely, most of the time yes and sometimes; 30% affirm that they are of high quality; while 25.6% are conscious of switching to generics, 43.3% respect the prescription; 31.7% and 84% of respondents say that the price is influential and that they are very comfortable, respectively; and advertising is cited as a factor in the purchase of generic medications by 34.1% of those surveyed. Conclusion. Both internal and external factors influence the decision to purchase generic medicines in users who go to the Sanna pharmacy in the district of La Molina.

Key words: Influencing factors, generic medications, Sanna pharmacy.



Lic. Gina Rosario Rafael Povez
ENGLISH TEACHER
CPM 1043148336

I. INTRODUCCIÓN

Según el CEES de Argentina el 60% entre usuarios y Químicos Farmacéuticos opinan que un elevado precio de medicamentos no necesariamente está relacionado con una mayor calidad de los medicamentos, mientras que un 61% de usuarios opinan que un medicamento genérico no siempre es de baja calidad que un medicamento comercial.¹

En usuarios de farmacias en México el 85,6% de la población consume medicamentos genéricos (12,8% siempre, 31% casi siempre y 41,8% a veces), mientras que un 9,7% casi nunca consume y un 4,7% nunca. Con respecto a los medicamentos genéricos que son adquiridos sin receta médica, el 46,3% de usuarios compra antiinflamatorios no esteroides (AINE), seguido de otros (21,9%), antihistamínicos (8,1%), antiulcerosos (6,7), antibióticos (6,5%), antitusivos (5,6%) y antiespasmódicos (4,8%).²

Según la DIGEMID, el 63% de los usuarios que compran en oficinas farmacéuticas privadas provienen del MINSA, EsSalud, FF.AA. y PNP, donde no hallaron los medicamentos prescritos. Sólo el 37% de los pacientes provienen de servicios de salud privados. Para aumentar sus ganancias, los laboratorios farmacéuticos impulsan principalmente los productos farmacéuticos de marca, que, según la Defensoría del Pueblo, se ofrecen a costos hasta 26 veces superiores a las medicinas genéricas. El expendio de medicinas de marca en el ámbito privado tiene una alta demanda a raíz del incumplimiento de los médicos de la normativa que establece la obligatoriedad de prescribir bajo la DCI, baja oferta de los genéricos en el sector público, por lo que los pacientes compran en farmacias privadas, creencia de un sector de la población de que los medicamentos genéricos son de inferior calidad que el de marca.³

A nivel local, hay personas o pacientes que acuden a la botica Sanna de La Molina que prefieren comprar medicamentos genéricos por tener un precio al alcance de su economía, además algunos tratamientos son crónicos y prefieren los genéricos en lugar de nombres comerciales, pero también hay pacientes que prefieren los medicamentos de marca porque afirman que son mejores que los genéricos. De cada 10 usuarios que compran medicamentos aproximadamente cuatro solicitan medicamentos genéricos por el bajo precio, y generalmente prefieren genéricos de laboratorios reconocidos, como Genfar, Farminindustria, ACFarma.

Ante la problemática actual se formuló el siguiente problema general: ¿Cuáles son los factores que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos por usuarios que acuden a la botica Sanna de La Molina, Lima 2023? En cuanto a los problemas específicos se plantearon de la siguiente manera: a) ¿Cuáles son los factores internos que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos por usuarios que acuden a la botica Sanna de La Molina, Lima 2023? b) ¿Cuáles son los factores externos que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos por usuarios que acuden a la botica Sanna de La Molina, Lima 2023?

El propósito principal del estudio fue determinar los factores que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos por usuarios que acuden a la botica Sanna de La Molina, Lima 2023; mientras que los objetivos específicos son: a) Determinar los factores internos que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos por usuarios que acuden a la botica Sanna de La Molina, Lima 2023 y b) Determinar los factores externos que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos por usuarios que acuden a la botica Sanna de La Molina, Lima 2023.

Con respecto a la justificación, actualmente la decisión de compra de medicamentos genéricos es influenciado por diversos factores, siendo un motivo muy importante para el presente estudio averiguar los diversos aspectos influyentes en la preferencia o rechazo de las medicinas genéricas, además aportará nueva información teórica con datos estadísticos para los dos establecimientos farmacéuticos y que servirán para fortalecer y/o promover la dispensación de medicamentos genéricos y la aceptación por los pacientes. Tendrá relevancia social, ya que los usuarios o pacientes estarán mejor informados y tendrán un mejor concepto sobre los beneficios de adquirir o comprar medicamentos genéricos. Metodológicamente el estudio servirá para demostrar la aplicabilidad de un nuevo instrumento para establecimientos farmacéuticos que realizan dispensación, el cual permitirá realizar otras investigaciones similares para conocer los diversos factores influyentes en otros usuarios o pacientes.

En relación a los antecedentes internacionales, Iñiguez & Ortiz (2019) en su investigación realizado en Ecuador el objetivo fue averiguar los factores influyentes en la decisión de compra de medicinas genéricas en Cuenca. Se caracterizó por ser un estudio descriptivo, cuantitativo y no experimental. La muestra fue de 185 usuarios que

acuden a los hospitales públicos y privados. Para la encuesta se usó un cuestionario de 20 preguntas. Los resultados fueron que el 97% de encuestados ha comprado medicamentos genéricos en el último año, el 48% afirma que compró bajo prescripción médica, el 25% por recomendación en las farmacias, el 18% por automedicación y el 9% por recomendación de amigos o familiares; el 69,2% afirma que la prescripción médica es un factor importante en la compra de un medicamento genérico, mientras que el 15,7% opina que el precio es un factor importante que influye en la compra, y el 15,2% opina que las recomendaciones realizadas en las farmacias influyen en la compra; solo el 14% opina definitivamente que la recomendación del Químico Farmacéutico influye en la decisión de compra; el 74% de los encuestados están de acuerdo totalmente en que al comprar un medicamento genérico se rigen según prescripción en la receta médica; el 44% de encuestados ha tomado o consumido medicamentos genéricos; el 32% opina que el precio de los medicamentos genéricos es bajo; el 41% opinan que la calidad de los medicamentos genéricos están entre muy buena y buena. La conclusión fue que los factores que influyen en el consumidor al momento de comprar medicamentos genéricos en orden de prioridad son la prescripción médica, el precio y las recomendaciones de los farmacéuticos.⁴

De la misma manera, Almeida (2019) en su estudio realizado en Tabasco el propósito fue averiguar el vínculo entre el nivel de conocimientos y la automedicación al comprar medicamentos genéricos en farmacias. Esta investigación fue descriptiva y transversal. La muestra fue estratificada y aleatoria simple. Entre los encuestados, se encontró que el nivel de conocimiento predominante fue medio (67,1%), seguido de bajo (18%) y alto (14,9%) con respecto al conocimiento de los usuarios sobre las especialidades farmacéuticas genéricas; entre el grupo de medicamentos más frecuentemente adquiridos, se encontraron en primer lugar los antiinflamatorios no esteroideos (46,3%), seguidos de otros medicamentos (21,9%) como multivitamínicos, antiparasitarios, antihipertensivos e inhibidores de la bomba de protones, antihistamínicos (8,1%), antiulcerosos (6,7%), antibióticos (6,5%), antitusígenos (5,6%) y antiespasmódicos (4,8%).²

En el trabajo de investigación realizado por Rey (2021) el objetivo fue realizar una revisión bibliográfica de los posibles factores influyentes en la prescripción y uso de medicinas genéricas y de marca en Colombia y en Latinoamérica. La metodología

empleada fue monográfica de tipo narrativa con estudios descriptivos y observacionales. Como resultado se evidencia que los factores más influyentes en los pacientes es el costo, entre un 31% a un 86% de los países de Latinoamérica. Con respecto a la prevalencia de uso de medicamentos genéricos, Bertoldi et al en Brasil (2016) estableció una prevalencia del 45,5%, mientras que Torres et al en Colombia (2018) fue del 72,5%. El estudio de Bertoldi realizado en Brasil en el año 2016 evidenció que, a mayor rango de edad, mayor el uso de los medicamentos genéricos; el grupo de 60 años o más usa 1,7 veces más genéricos que el grupo de cero a nueve años de edad (Bertoldi, A., et al 2016), en el desarrollo del mismo estudio se identificó que un nivel educativo alto incide en una mayor identificación y disposición de uso de los medicamentos genéricos por parte de los pacientes. Se concluyó que los factores que influyen con mayor frecuencia en el uso de medicinas genéricas en Colombia y otros países de Latinoamérica (Brasil, Perú y Colombia) son: la efectividad, seguridad, calidad, costo, edad, nivel socioeconómico y nivel educativo.⁵

En la investigación realizada por Torres et al (2018) en Colombia el propósito fue medir la aceptabilidad por parte de los pacientes de la prescripción de medicamentos genéricos. Se llevó a cabo un estudio descriptivo con un diseño transversal en 63 pacientes adultos ambulatorios de sexo masculino y 57 de sexo femenino. Según los resultados, el 72,5% de los pacientes opinan que normalmente los médicos prescriben medicamentos genéricos, el 56,7% afirma que los medicamentos genéricos tienen el mismo efecto que los de marca, el 44,2% opina que los medicamentos genéricos son equivalentes a los de marca, el 46,7% afirma que en las droguerías se prioriza la oferta de los medicamentos genéricos. Se concluyó que la mayoría de encuestados dudan de la calidad y de los resultados terapéuticos de los genéricos.⁶

Según el estudio realizado por Tigse (2015) realizado en Quito el objetivo fue averiguar la conducta del consumidor frente a la compra de medicinas genéricas. Fue un estudio descriptivo y la muestra fue de 136 personas a las cuales se realizó una encuesta mediante el uso de un cuestionario. Los resultados demostraron que el 50,7% consume medicamentos genéricos, el 58,8% considera que los medicamentos genéricos son igual de efectivos que los de marca; la publicidad, las promociones y la prescripción médica influyen en 8,8%, 10,3% y 35,3%, respectivamente. Las conclusiones con respecto al

factor que influye en mayor porcentaje al momento de comprar un medicamento genérico por los usuarios es el precio (45,6%).⁷

En relación a los estudios nacionales, Guzmán (2021) en su investigación buscó evaluar las preferencias y variables influyentes de los pacientes arequipeños que compran medicinas de marca y genéricas en las boticas de Mollendo. Fue un estudio descriptivo, no experimental. La muestra fue de 162 usuarios mayores de 18 años. El instrumento utilizado fue un cuestionario de 15 preguntas, previamente validado por expertos. Los resultados evidenciaron que el 23% de usuarios es influenciado por la familia al comprar medicinas genéricas, mientras que el 24% de encuestados afirman que definitivamente las amistades influyen en la decisión de compra; el 47% afirman definitivamente que prefieren las medicinas genéricas; el 46% afirma que a veces tienen facilidad para encontrar medicamentos genéricos en la botica; el 36% afirma definitivamente que el precio influye en la compra de medicamentos genéricos y de marca. Se determinó que los clientes interrogados en la cadena de boticas prefieren los medicamentos genéricos.⁸

Asimismo, el estudio de Jiménez (2021) intentó examinar los elementos que influyen en la decisión de los clientes de adquirir medicamentos en oficinas farmacéuticas en Moquegua. Se trató de una investigación descriptiva, no experimental, transversal. La muestra fue de 382 residentes mayores de 18 años. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento fue un cuestionario de 14 ítems. Los resultados mostraron que la edad determina la decisión de compra en un 42% de encuestados, el 39% está entre totalmente de acuerdo y de acuerdo que las creencias intervienen en la decisión de compra de un medicamento, el 49% opinan que están de acuerdo y totalmente de acuerdo que el recuerdo de algún medicamento determina la decisión de compra, el 83% de los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo que la opinión familiar influye en la decisión de compra de un medicamento, el 69% de los entrevistados están de acuerdo y totalmente de acuerdo que los ingresos determinan la decisión de compra, el 49% de están totalmente de acuerdo que el precio interviene en la decisión de compra. Se demostró que las variables internas afectan al 58% de la decisión de compra de medicamentos, mientras que las externas influyen en el 64%.⁹

En el estudio realizado por Romero & Núñez (2019) el propósito fue conocer el grado de aceptación de medicinas genéricas en la población del distrito de Cajamarca. Fue un

estudio básico, observacional y descriptiva. Se utilizó un cuestionario de 10 ítems, aplicado en 245 usuarios en cuatro lugares estratégicos del distrito de Cajamarca. Los resultados mostraron que el 40,8% tenía conocimiento sobre medicamentos genéricos; de los que conocían sobre los medicamentos genéricos, el 15% tenía buena aceptación, mientras que el 73% regular aceptación y un 12% mala aceptación; el 37% de los encuestados confían en la eficacia de los medicamentos genéricos. Con un 64,1%, se determinó que la aceptabilidad de las medicinas genéricas en Cajamarca es baja.¹⁰

El propósito de la investigación de López (2018) fue identificar las características que inciden en la compra de medicamentos comerciales y/o genéricos en la Farmacia Clínica San Juan de Dios de Cusco. Fue un estudio descriptivo, no experimental, transversal. Se realizó una selección no probabilística de 70 usuarios y para la encuesta se empleó un cuestionario validado con 20 ítems. Los resultados fueron que el 28,6% de los entrevistados opinaron que los medicamentos de marca y genéricos tienen la misma eficacia, el 49% prefiere comprar un medicamento de venta libre, el 56% adquieren los medicamentos respetando la prescripción médica, el 34% afirma que es significativo el costo del medicamento al comprar en la farmacia, el 83% de los usuarios indican que la publicidad determina la adquisición de un medicamento. Se concluyó que, según los factores internos, el 47% consideró el conocimiento de los usuarios como un factor con la mayor prevalencia, seguido de la edad con el 31% y las creencias con el 21%; también se observó que, según los factores externos, el 37% consideró las alternativas farmacéuticas como un factor decisivo antes de comprar un medicamento, seguido por el 31,5% del precio y la publicidad respectivamente.¹¹

En la tesis realizada en Lima por Pasmíño y Ríos (2019), el propósito fue medir el grado de aceptabilidad de las medicinas genéricas entre los pacientes que acuden al servicio de farmacia del Hospital San Juan de Lurigancho. El estudio fue descriptivo, no experimental y transversal. La muestra fue de 373 personas que previamente habían otorgado su autorización informada. Respecto a la aceptación de los medicamentos genéricos, el 67,6% de los usuarios consideró un nivel medio de aceptación; respecto a la dimensión información, el 65,4% de los encuestados obtuvo un nivel medio; respecto a la dimensión consumo, el 48,5% obtuvo un nivel medio; respecto a la dimensión confianza, el 48,5% obtuvo un nivel medio; respecto a la dimensión acceso, el 75,9%

obtuvo un nivel medio. Se determinó que los consumidores adoptan los medicamentos genéricos en un grado moderado.¹²

En cuanto al marco teórico, un medicamento genérico es aquel que se expende bajo la DCI del componente activo que se fabrica, dispensa y prescribe legalmente, independientemente de quién fabrique o comercialice el medicamento.¹³

La designación de la denominación genérica o DCI lo realiza la OMS, en base a un procedimiento definido. Las listas oficiales de medicamentos en DCI están en inglés, francés, español, ruso y latín incluyen estos nombres. En algunas naciones, como los Estados Unidos de América, se utiliza el nombre genérico o DCI del medicamento, a diferencia de otras naciones que utilizan un nombre genérico o DCI diferente, como acetaminofén en lugar de paracetamol; esto ocurre con un pequeño número de medicamentos.¹³

El uso de nombres genéricos en la compra y prescripción de medicamentos incluye la claridad, la calidad y el costo, que son cruciales por las siguientes razones: (a) Los nombres genéricos son más informativos que los nombres de marca o comerciales, porque facilitan la compra a múltiples proveedores que comercializan en diferentes países, en su mayoría bajo nombres de marca; (b) Los medicamentos genéricos son a menudo más cómodos que los medicamentos de marca, que utiliza un nombre de fantasía para la comercialización asignado por una compañía farmacéutica o laboratorio; y (c) La prescripción genérica también facilita la sustitución de productos, en los casos apropiados.¹³

Otra ventaja del nombre genérico o DCI es que resulta mucho más sencillo para los estudiantes de ciencias de la salud en la fase de formación profesional y para los prescriptores aprender un nombre genérico, a pesar del gran número de medicamentos con nombres de marca distintos que existen en todas las naciones, incluso dentro de un mismo país. En comparación con los medicamentos de marca, el bajo costo de los genéricos fomenta la adquisición de la terapia completa sin comprometer la calidad ni la eficacia, favoreciendo en un ahorro de costes.¹³

Respecto al comportamiento del consumidor, Rivas & Grande (2010) lo definen como el estudio de las conductas de los individuos relacionados con la obtención, uso y consumo de bienes y servicios; mientras que Rivera, Arellano & Molero (2013) consideran que es la dinámica interna y externa del individuo o grupo de individuos que se origina cuando buscan satisfacer sus necesidades a través de bienes y servicios.¹⁴

Los factores externos influyentes en la decisión de compra son: a) La cultura, que es un sistema compartido de valores, creencias y actitudes que moldea e influye en la percepción del comportamiento; b) La familia, siendo el grupo con mayor influencia en la personalidad, actitudes y motivaciones del individuo; c) Los grupos de referencia, que transmiten lo que se debe o no se debe consumir; d) Los estratos sociales, donde los individuos comparten estilos de vida y comportamientos similares.¹⁴

Por otro lado, los factores internos influyentes en la decisión de compra son: a) Percepción, que a través de la cual un individuo adquiere y asigna significado a los estímulos sensoriales y este estímulo genera una acción; b) Motivación, que estimula al consumidor a buscar la información necesaria para evaluar alternativas y tomar decisiones; c) Aprendizaje, a través del cual se adquieren la mayoría de las actitudes, valores, costumbres, gustos, comportamientos, sentimientos, preferencias, deseos y significados; d) Las actitudes, que son los niveles de agrado o desagrado hacia un bien.¹⁴

Los elementos internos que determinan la compra de medicamentos genéricos son los siguientes: a) Necesidad, que es la carencia de algo en una persona y puede ser un bien material o intangible, b) Motivación, es un proceso de búsqueda en el que los individuos son un componente básico del mercado actual cuyas necesidades deben ser atendidas mediante tácticas de marketing, c) Deseo es lo que motiva a una persona a satisfacer racionalmente una necesidad mediante la compra de un determinado bien, d) Creencias, cada individuo se forma una percepción de los artículos y marcas del mercado en función de sus propias características, e) Actitudes son disposiciones establecidas que reaccionan favorable o negativamente ante una marca o producto, f) Percepción es un proceso integral en el que el consumidor diferencia, identifica e interpreta los estímulos que experimenta, g) Aprendizaje, que es cualquier cambio en el comportamiento de una persona como resultado de la experiencia, h) Memoria, que es un proceso que ocurre después del aprendizaje, es el conocimiento apropiadamente almacenado y organizado,

i) Características personales, que son elementos demográficos y socioeconómicos que influyen en la fase de decisión de compra, j) Personalidad, que es el fiel reflejo de los resultados estables de una persona con respecto a su entorno, y k) Estilos de vida, que es la forma en que los individuos distribuyen su tiempo para utilizar sus recursos materiales, de acuerdo con la forma en que aprecian el ambiente que los rodea, practicando valores entre otras apreciaciones que consideran importantes.¹⁵

Entre las influencias externas que influyen se encuentran: (a) Un grupo, uno o varios individuos con intereses idénticos que, sin saberlo, adoptan actitudes y comportamientos para obtener un bien tangible, b) Los grupos sociales están formados por individuos con rasgos comparables que se comprometen y relacionan entre sí para alcanzar objetivos compartidos por todos, en los que intercambian ideas y tienen intereses y pautas de compra similares, c) La familia es quien más influye en las decisiones de compra y el grupo más influyente de la sociedad, d) Los amigos son el segundo grupo con mayor influencia en las decisiones de compra, e) Equipos de trabajo, f) La circunstancia económica impone de ordinario restricciones fundamentales a la capacidad de las personas para tomar decisiones de compra, ya que depende del dinero, g) Ocupación; las actividades laborales de un individuo influyen en los artículos o servicios que selecciona para comprar, h) Decisión, que implica elegir la más eficiente entre distintas alternativas y la que permite obtener mejores resultados en la satisfacción del decisor, e i) Búsqueda de información, en esta etapa la persona que va a comprar comienza a informarse antes de tomar la decisión.¹⁵

II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo y diseño de la investigación

Fue de enfoque cuantitativo, porque la información recopilada se basó en la medición de la variable de estudio, el cual fue medible; es decir, fueron cuantificados con datos numéricos.¹⁹

Fue de tipo básica o fundamental ya que se caracterizó en ampliar la comprensión teórica de los conocimientos, fue descriptiva, ya que implicó describir un hecho con el fin de establecer su comportamiento.^{16,17}

El diseño de la investigación fue no experimental, porque no se realizó una investigación experimental en seres humano, ni las investigadoras manipularon la variable de estudios.^{18,19}

2.2. Operacionalización de la variable

2.2.1. Tipo de variable

La variable del estudio fue enunciada como “Factores que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos”.

2.2.2. Definición conceptual

Se describe conceptualmente como los diversos aspectos que intervienen sobre el usuario al momento de adquirir medicamentos genéricos o bajo la DCI.

2.2.3. Definición operacional

Para la medición de la variable se usó un cuestionario dirigido a usuarios que adquieren o compran medicamentos genéricos en la botica Sanna de La Molina.

2.2.4. Operacionalización de la variable

Las características se detallan en el anexo II.

2.3. Población, muestra, muestreo y criterios de selección

La población son los usuarios que adquieren medicinas genéricas en la botica Sanna en el distrito de La Molina, es decir el tamaño poblacional fue de 1220 usuarios, a partir del cual se calculó el tamaño muestral.

El tipo de muestreo desarrollado en el estudio fue probabilístico mediante aleatorización simple (al azar), y el tamaño de muestra calculado fue de 293 usuarios que acudieron a comprar medicamentos genéricos en la botica Sanna de La Molina.

El tamaño muestral se ha calculado estadísticamente, considerando la población finita:

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

Donde:

Z = Parámetro estadístico dependiente del grado de confianza

N = Tamaño poblacional

p = Probabilidad que se produzca el hecho examinado

q = Probabilidad que no se produzca el hecho examinado

e = Error de estimación máximo admisible

n = Tamaño de muestra

n = 293

Para el estudio se consideraron los siguientes criterios de inclusión:

- Usuarios que compran medicinas genéricas.
- Usuarios que acuden a la botica Sanna.
- Usuarios que compren medicamentos genéricos entre abril a mayo de 2023.
- Usuarios que compran medicamentos genéricos con y sin receta médica.

Mientras que los criterios de exclusión considerados fueron:

- Usuarios que solo compran medicamentos comerciales.
- Usuarios que no aceptan completar el cuestionario.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

La técnica usada fue la encuesta, el cual sirvió para obtener los datos e información. El instrumento usado fue el cuestionario (anexo III), el cual fue elaborado por las investigadoras, validado y calificado por opinión de tres juicios de expertos antes de su aplicación en los usuarios; además se analizó la confiabilidad del instrumento mediante una prueba piloto con 20 usuarios para determinar la fiabilidad estadística.

Con respecto a la calificación final del proceso de validación, los tres Químicos Farmacéuticos calificaron por unanimidad como “muy buena”, por lo tanto, el instrumento es válido para su aplicación. De igual manera, la consistencia interna fue calculada estadísticamente mediante el α de Cronbach cuyo resultado fue de 0,706, que según Tuapanta et al. (2017) considera que a partir de tal índice es “muy bueno”, por ende, es aplicable para la investigación. Las calificaciones y la fiabilidad estadística se muestran en el anexo IV y V, respectivamente.

2.5. Procedimiento

Luego del proceso de validación del instrumento, se coordinó con el director técnico del establecimiento farmacéutico, luego de ello se inició programó la realización de la encuesta en la botica Sanna en el distrito de La Molina entre los meses de abril a mayo de 2023, y antes de entregar el cuestionario se evaluó si el usuario compra algún medicamento genérico, a todos los participantes se solicitó la autorización mediante el consentimiento informado verbal, luego se explicó el objetivo de la encuesta, enseguida se entregó una hoja impresa con las preguntas del cuestionario, así mismo un lapicero. Luego de consolidar las respuestas de los usuarios, se procedió a tabular toda la información en una hoja de cálculo en Microsoft Excel, luego fueron procesados en el software SPSS.

2.6. Método de análisis de datos

Para determinar la fiabilidad del instrumento se procesó estadísticamente para calcular el índice de fiabilidad mediante el alfa de Cronbach; la data fue procesada

en Microsoft Excel 2019, luego fueron procesados mediante el software SPSS v. 24.0. Con toda la data procesada permitió la realización de los respectivos gráficos y tablas que permitieron interpretar la investigación, así como inferir las conclusiones.

2.7. Aspectos éticos

La investigación se basó fundamentalmente en los criterios nacionales e internacionales que garantizan la calidad ética de la investigación, explicando la aplicación de los principios éticos de beneficencia, no maleficencia, autonomía y justicia.

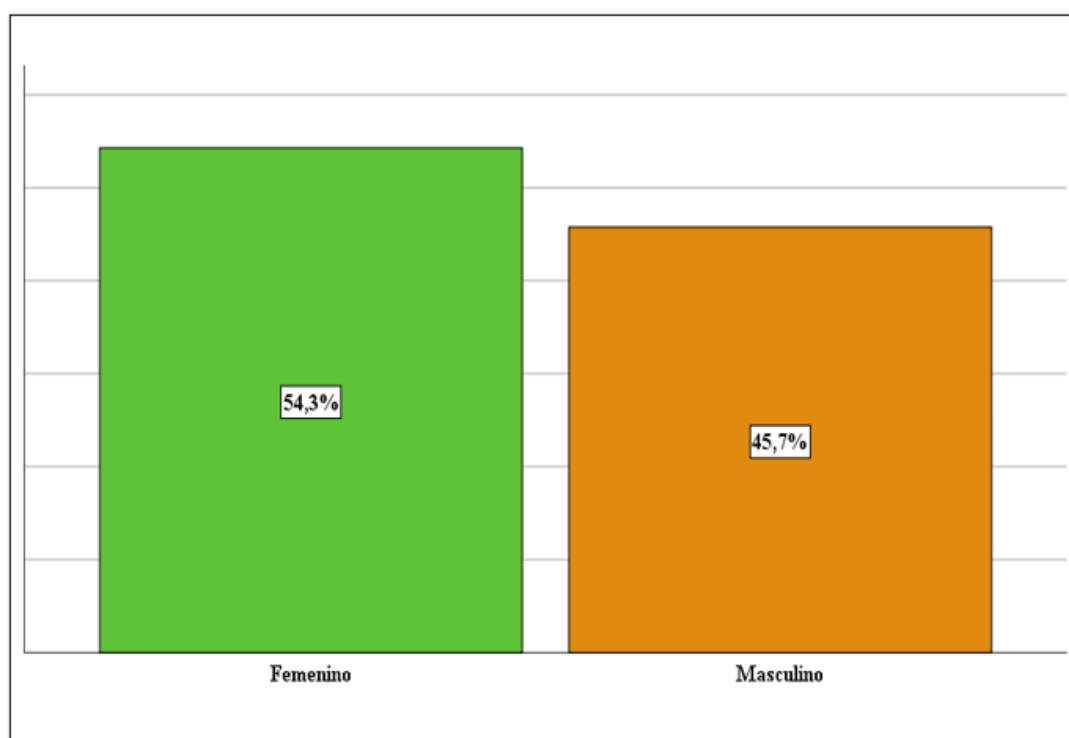
III. RESULTADOS

3.1. Resultados de los datos generales

Tabla 1. Sexo de los encuestados

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Femenino	159	54,3	54,3	54,3
Masculino	134	45,7	45,7	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 1. Sexo de los encuestados

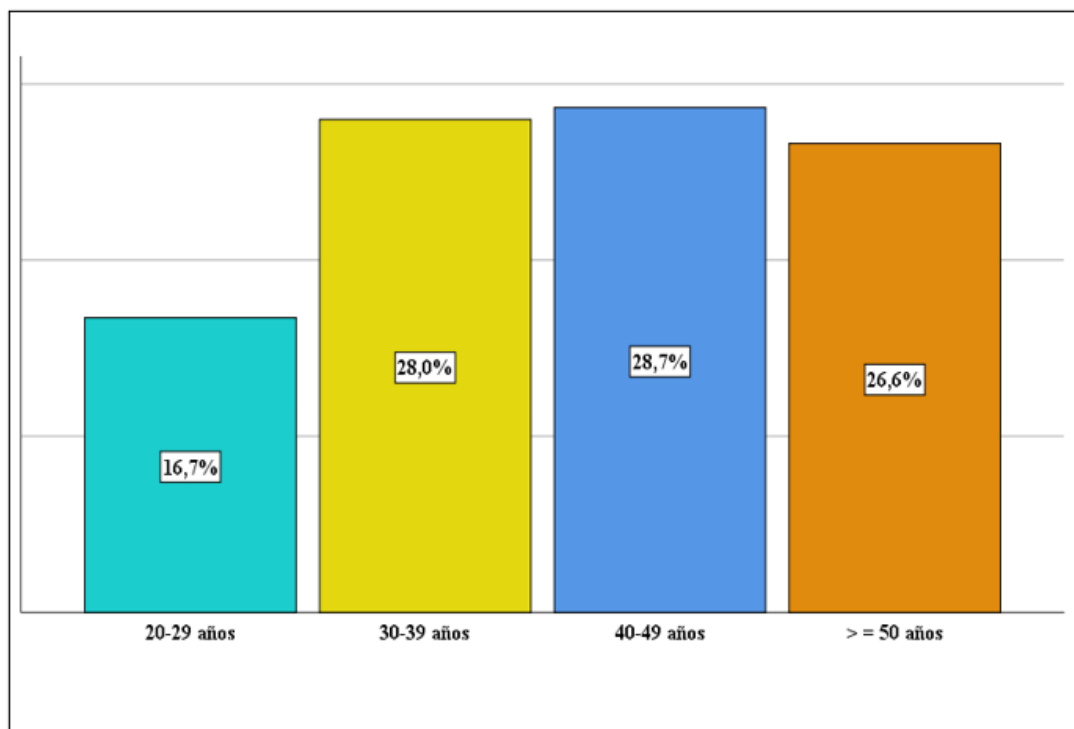


Según la figura 1, en ambos sexos hay una ligera diferencia; la mayoría de encuestados corresponden al sexo femenino representado por el 54,3%, mientras que el sexo masculino fue del 45,7%.

Tabla 2. Edad de los encuestados

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
20 - 29 años	49	16,7	16,7	16,7
30 - 39 años	82	28,0	28,0	44,7
40 - 49 años	84	28,7	28,7	73,4
≥ 50 años	78	26,6	26,6	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 2. Edad de los encuestados

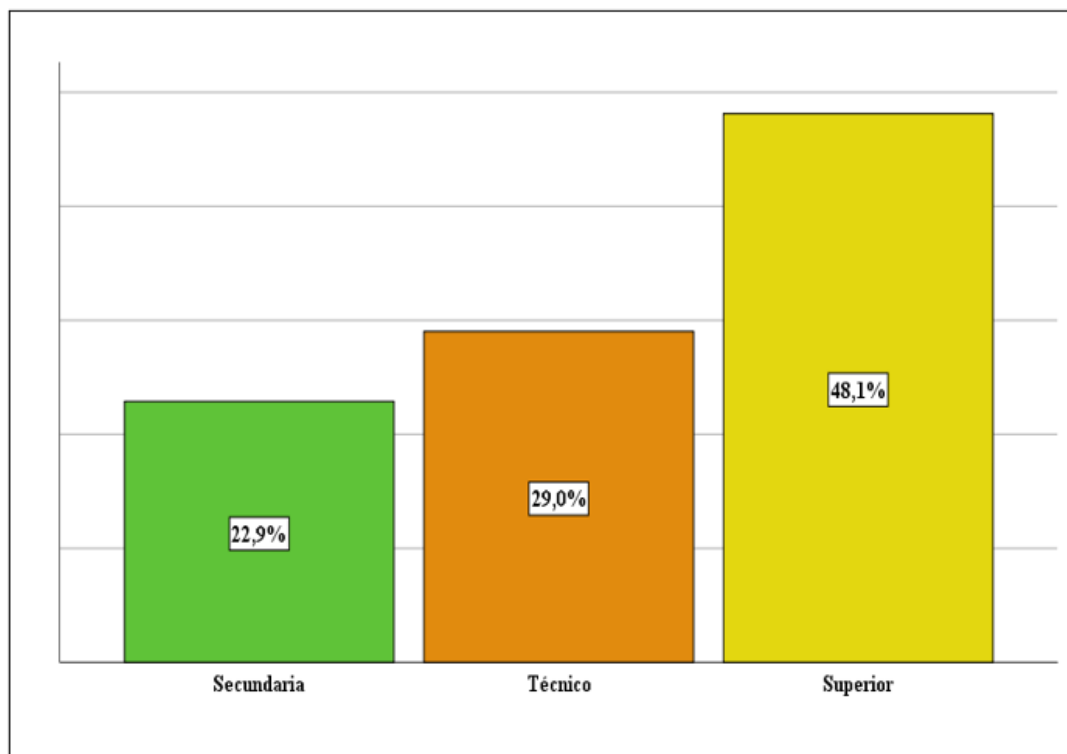


De la figura 2, se puede interpretar que la mayoría (83,3%) de usuarios encuestados tenía edades mayores a 30 años, de 30 a 39 años representado por el 28%, de 40 a 49 años por el 28,7% y mayores a 50 años por el 26,6%; mientras que los usuarios de 20 a 29 años fueron en menor porcentaje (16,7%).

Tabla 3. Nivel educativo de los encuestados

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Primaria	0	0,0	0,0	0,0
Secundaria	67	22,9	22,9	22,9
Técnico	85	29,0	29,0	51,9
Superior	141	48,1	48,1	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 3. Nivel educativo de los encuestados

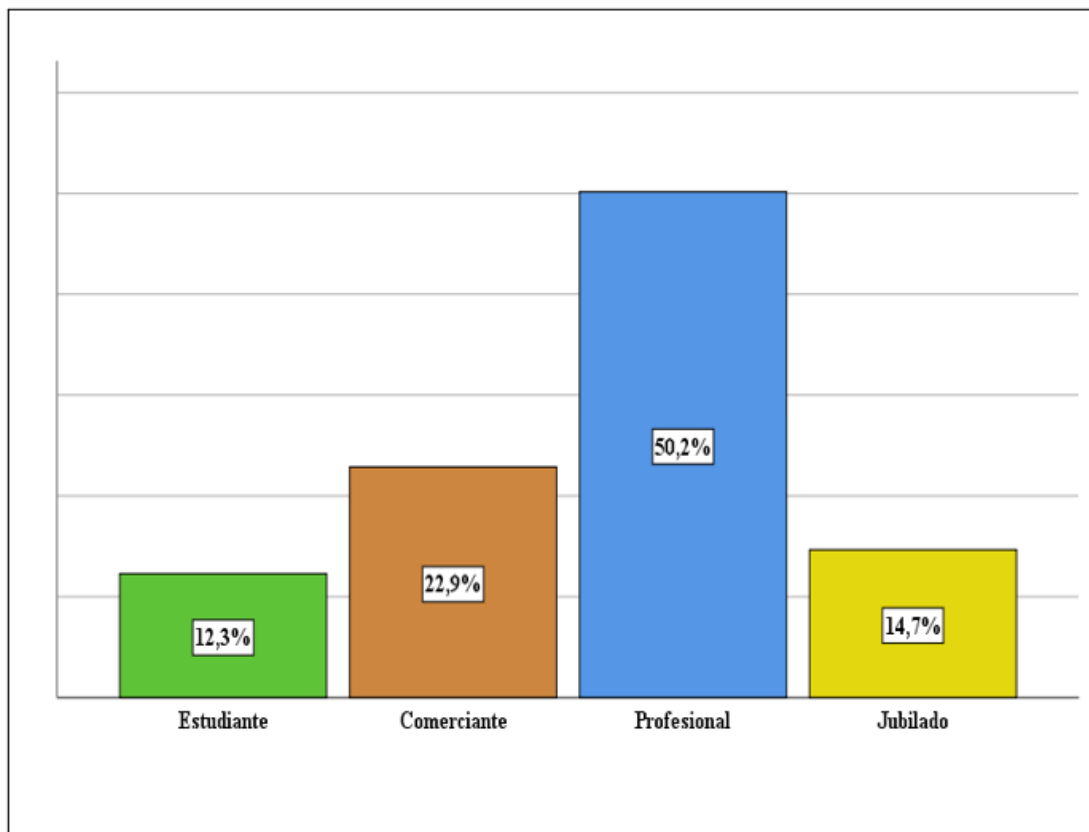


De acuerdo a la figura 3, se aprecia que casi la mitad de encuestados tienen estudios de nivel superior, representado gráficamente por un 48,1%, seguido del nivel de educación técnica el cual representa el 29% y de educación secundaria representado por el 22,9%; mientras que ninguno de los encuestados manifestó que solo tenía educación primaria es decir fue de 0%.

Tabla 4. Ocupación de los encuestados

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Estudiante	36	12,3	12,3	12,3
Comerciante	67	22,9	22,9	35,2
Profesional	147	50,2	50,2	85,3
Jubilado	43	14,7	14,7	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 4. Ocupación de los encuestados

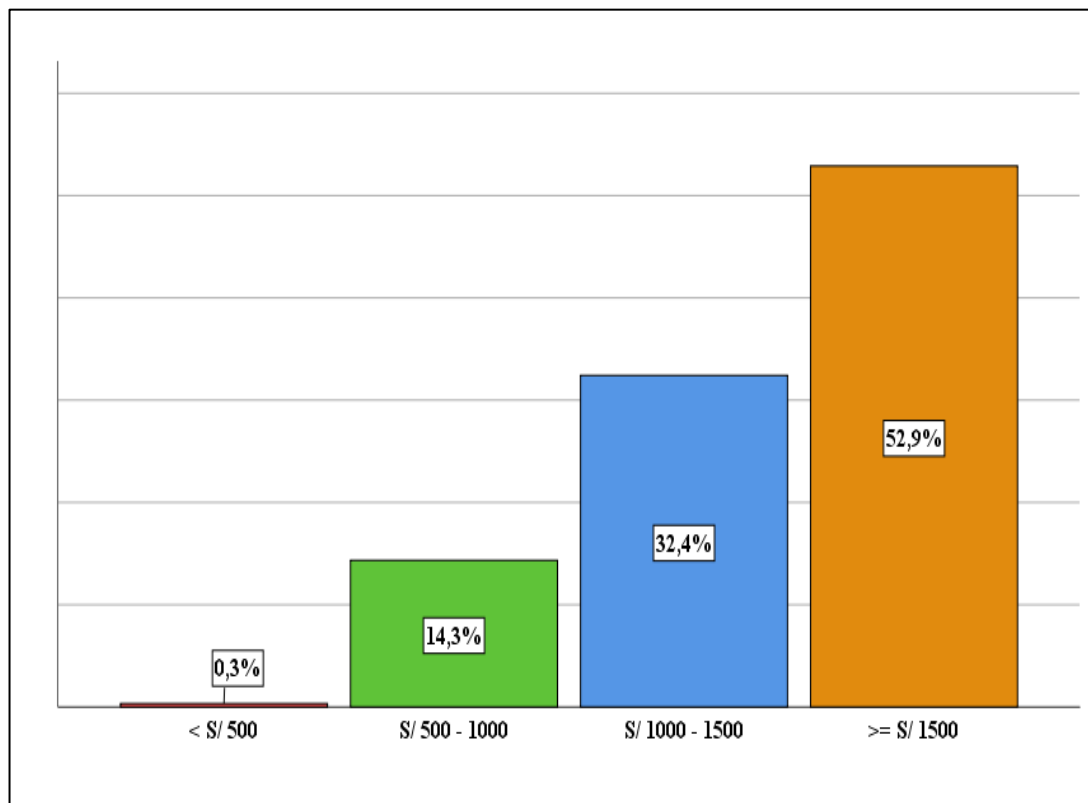


De la figura 4, se aprecia que el 50% (50,2%) de los usuarios que acudieron a adquirir medicinas genéricas a la botica Sanna tienen una carrera profesional, mientras que el otro 50% estuvo conformado por personas comerciantes (22,9%), personas jubiladas (14,7%) y estudiantes (12,3%).

Tabla 5. Ingreso mensual de los encuestados

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
< S/ 500	1	0,3	0,3	0,3
S/ 500-1000	42	14,3	14,3	14,7
S/ 1000-1500	95	32,4	32,4	47,1
>= S/ 1500	155	52,9	52,9	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 5. Ingreso mensual de los encuestados



Según la figura 5, se interpreta que la mayoría de encuestados tiene solvencia económica aceptable, evidenciado por un sueldo mayor o igual a S/ 1500 el cual representa el 52,9%, mientras que el 32,4% tiene un sueldo moderado entre S/ 1000 a S/ 1500, el 14,3% un sueldo bajo entre S/ 500 a S/ 1000, y solo el 0,3% un bajísimo sueldo, es decir, menor a S/ 500.

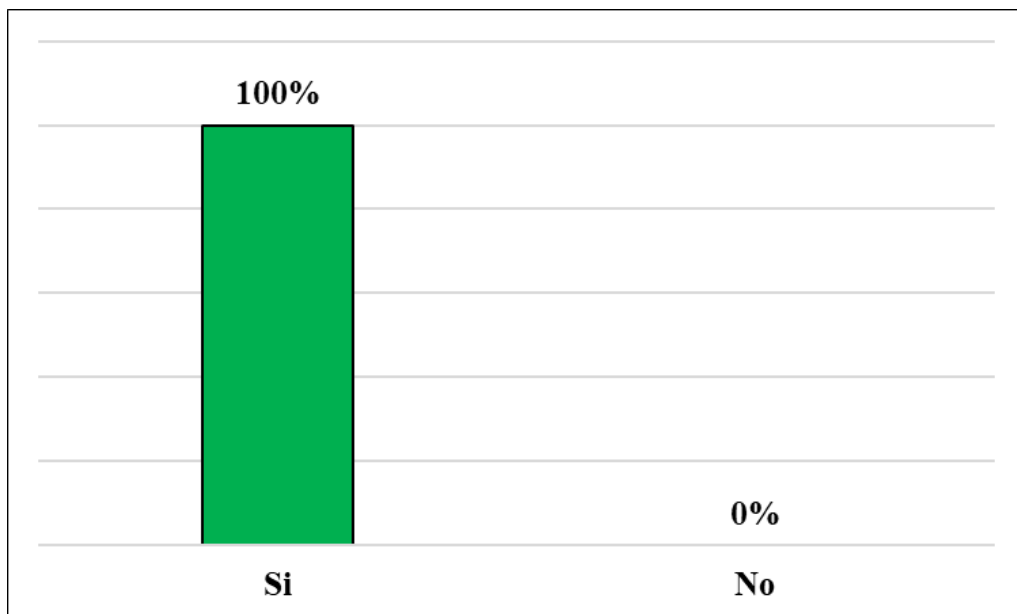
3.2. Resultados de la dimensión 1: Factores internos

Pregunta 1: ¿Usted ha comprado medicamentos genéricos en los últimos 12 meses?

Tabla 6. Compra de medicamentos genéricos en los últimos 12 meses

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
No	0	0,0	0,0	0,0
Si	293	100,0	100,0	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 6. Compra de medicamentos genéricos en los últimos 12 meses



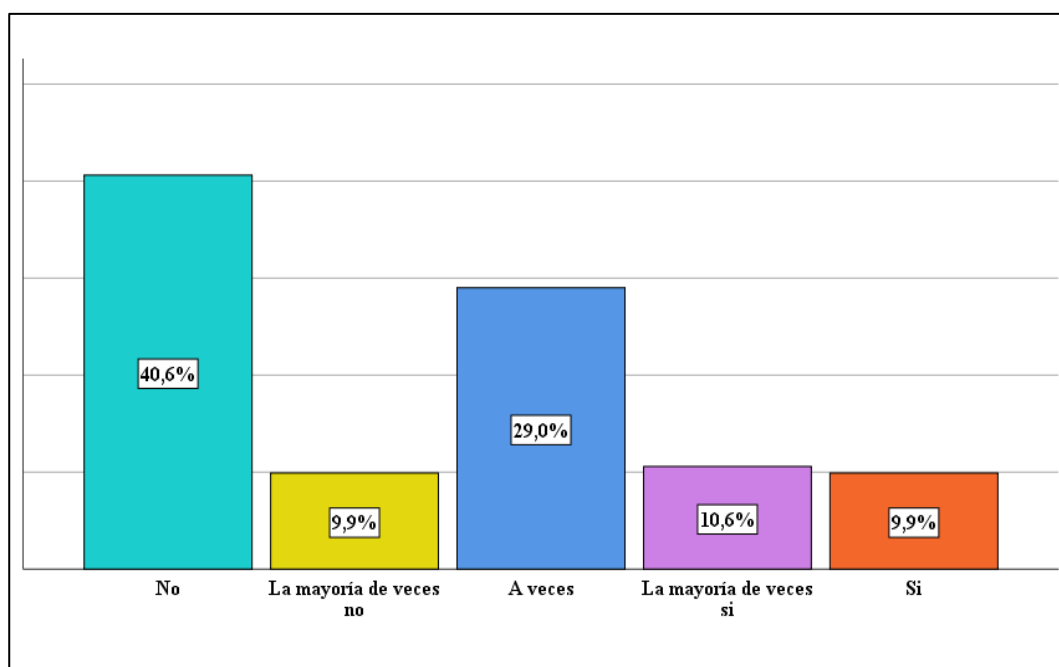
De la figura 6, se puede inferir que todos los usuarios han comprado medicamentos genéricos en el último año, es decir, el 100% de personas que acudieron a comprar medicamentos genéricos ya habían comprado en los últimos 12 meses.

Pregunta 2: ¿Su familia influye en la decisión de compra de un medicamento genérico?

Tabla 7. Influencia familiar en la decisión de compra

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
No	119	40,6	40,6	40,6
La mayoría de veces no	29	9,9	9,9	50,5
A veces	85	29,0	29,0	79,5
La mayoría de veces si	31	10,6	10,6	90,1
Si	29	9,9	9,9	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 7. Influencia familiar en la decisión de compra



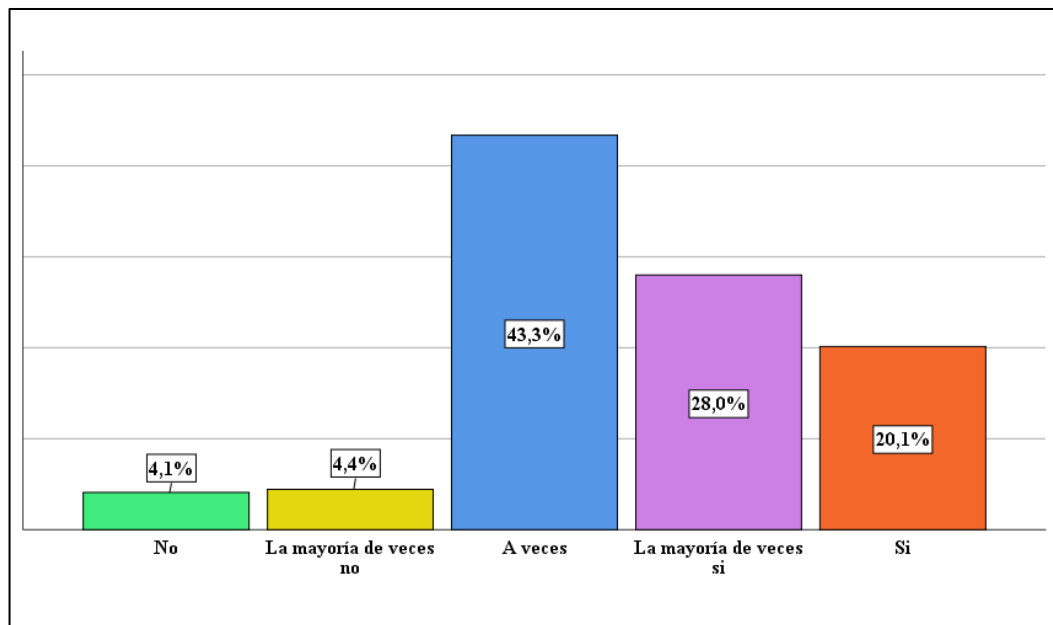
De la figura 7, se muestra que el 40,6% de los encuestados afirman contundentemente que la opinión familiar es un factor no influyente en la adquisición de medicinas genéricas, mientras que el 29% afirma que la familia influye a veces y el 9,9% afirma que la familia influye en la compra.

Pregunta 3: ¿Prefiere usted comprar medicamentos genéricos antes que el de marca?

Tabla 8. Preferencia de compra de medicamentos genéricos antes que el de marca

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
No	12	4,1	4,1	4,1
La mayoría de veces no	13	4,4	4,4	8,5
A veces	127	43,3	43,3	51,9
La mayoría de veces si	82	28,0	28,0	79,9
Si	59	20,1	20,1	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 8. Preferencia de compra de medicamentos genéricos antes que el de marca



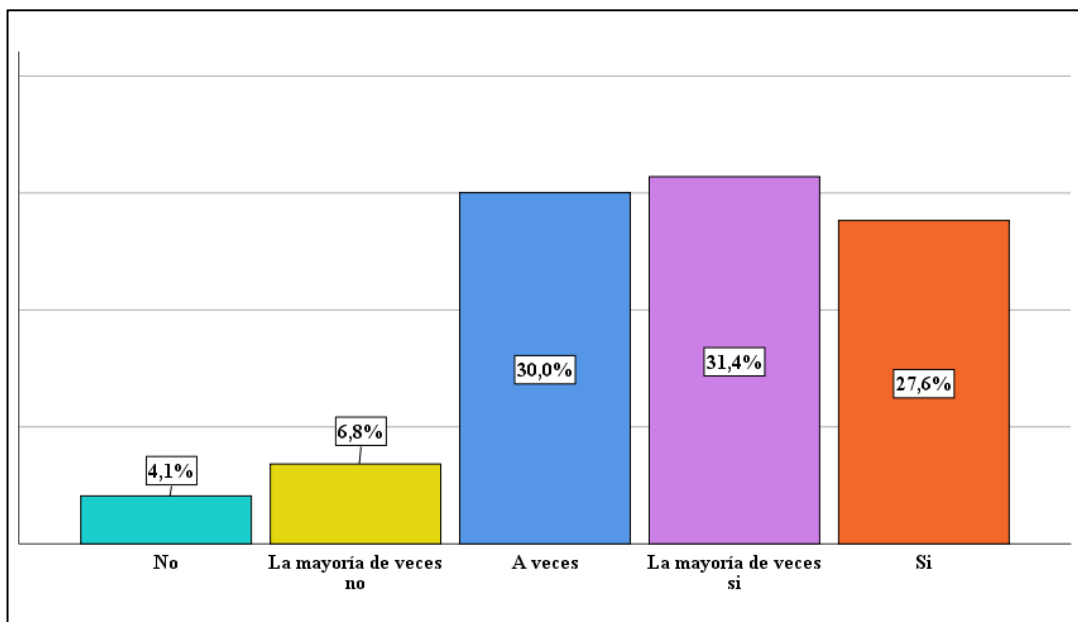
Según la figura 8, menos de la mitad de los encuestado (43,3%) a veces prefiere comprar medicamentos genéricos en lugar que el medicamento de marca, la mayoría de veces (28%) prefiere comprar el genérico, el 20% si prefiere comprar; mientras que el 4,1% opina que prefiere comprar medicamentos de marca en lugar que las medicinas genéricas.

Pregunta 4: ¿Los medicamentos genéricos tienen el mismo efecto que los medicamentos de marca?

Tabla 9. Efecto de los medicamentos genéricos frente al de marca

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
No	12	4,1	4,1	4,1
La mayoría de veces no	20	6,8	6,8	10,9
A veces	88	30,0	30,0	41,0
La mayoría de veces si	92	31,4	31,4	72,4
Si	81	27,6	27,6	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 9. Efecto de los medicamentos genéricos frente al de marca



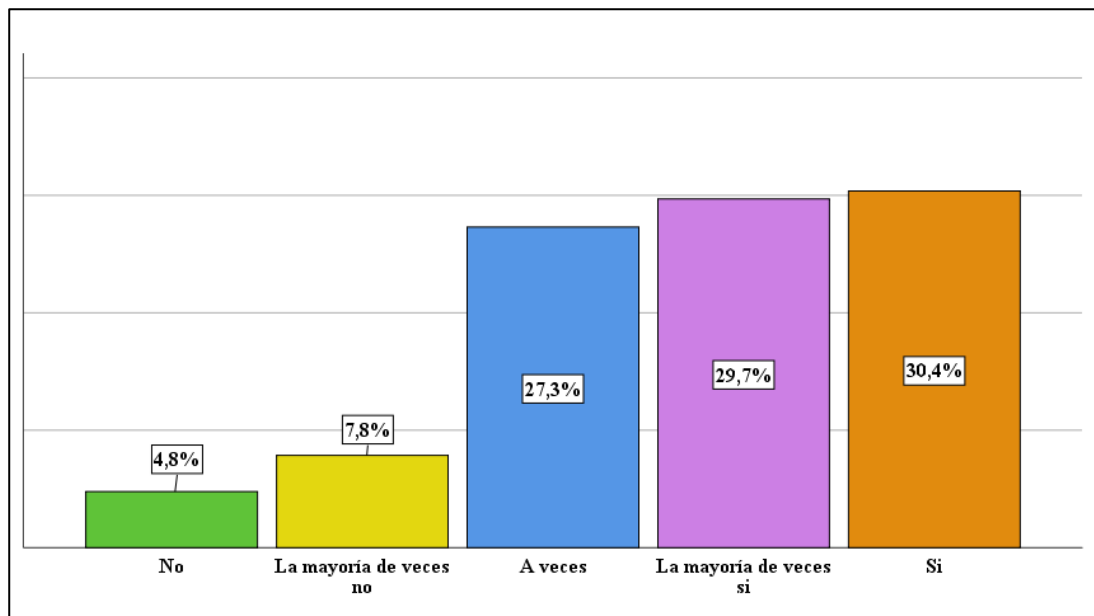
De la figura 9, el 27,6% de los usuarios afirman que los medicamentos genéricos tienen el mismo efecto que el de marca, el 31,4% afirma que la mayoría de veces ambos tienen el mismo efecto, el 30% opina que a veces una medicina genérica tiene similar efecto que el de marca; mientras que solo el 4,1% no tiene el mismo efecto.

Pregunta 5: ¿Los medicamentos genéricos son más efectivos para tratar los síntomas como dolor de cabeza, fiebre, tos, etc.?

Tabla 10. Efectividad de los medicamentos genéricos para el alivio de síntomas leves

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
No	14	4,8	4,8	4,8
La mayoría de veces no	23	7,8	7,8	12,6
A veces	80	27,3	27,3	39,9
La mayoría de veces si	87	29,7	29,7	69,6
Si	89	30,4	30,4	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 10. Efectividad de los medicamentos genéricos para el alivio de síntomas leves



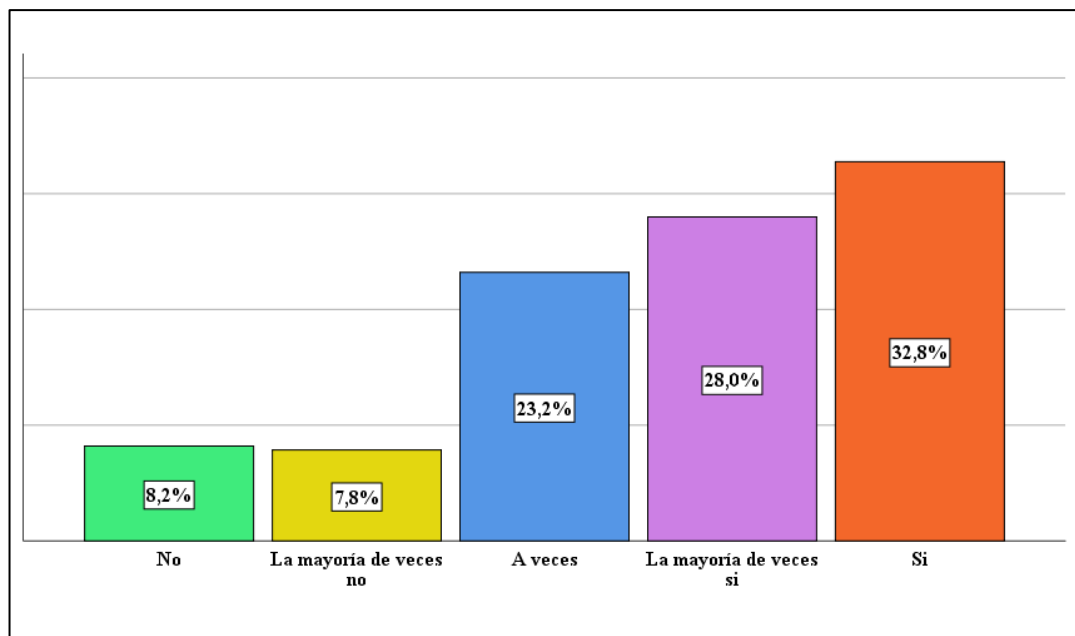
Según la figura 10, el 30,4% de los usuarios afirman que las medicinas genéricas son efectivas para aliviar síntomas como cefalea, fiebre, tos u otros síntomas; el 27,3% afirma que a veces son efectivas para los síntomas leves, el 4,8% afirma que no son efectivas para tales síntomas.

Pregunta 6: ¿Los medicamentos genéricos son más efectivos para tratar las enfermedades como hipertensión, diabetes, asma, etc.?

Tabla 11. Efectividad de los medicamentos genéricos para tratar las enfermedades crónicas

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
No	24	8,2	8,2	8,2
La mayoría de veces no	23	7,8	7,8	16,0
A veces	68	23,2	23,2	39,2
La mayoría de veces si	82	28,0	28,0	67,2
Si	96	32,8	32,8	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 11. Efectividad de los medicamentos genéricos para tratar las enfermedades crónicas



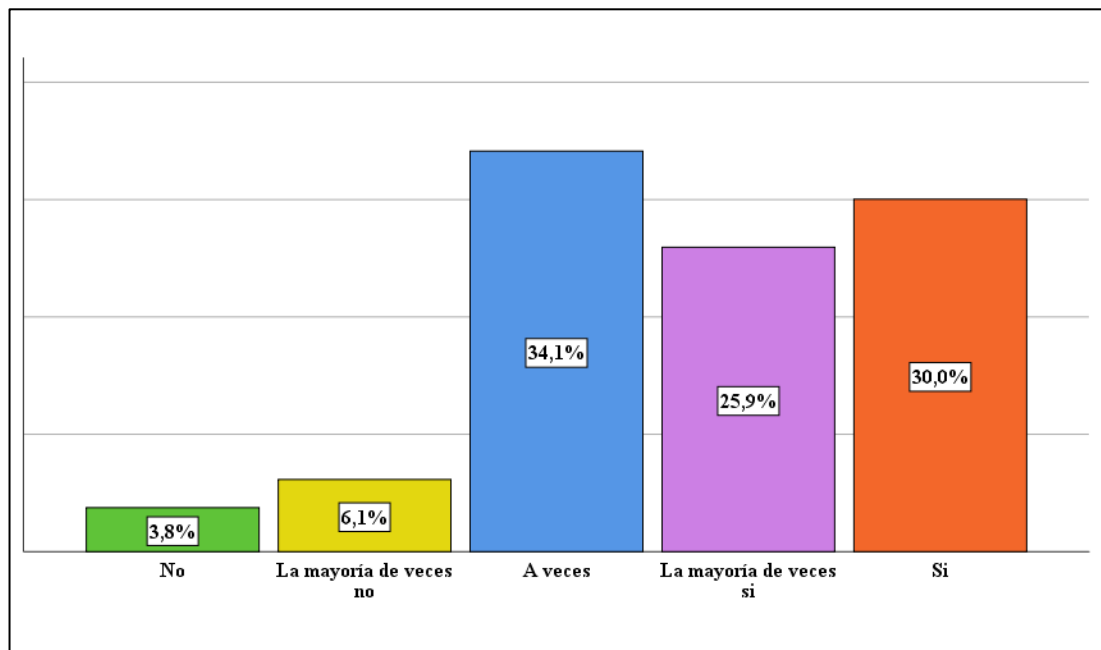
Según la figura 11, el 32,8% de los usuarios afirman que los medicamentos genéricos son efectivos para tratar enfermedades crónicas, mientras que el 23,2% opina que a veces son efectivos para tales enfermedades, y el 8,2% opina que no son efectivos para tratar la hipertensión, diabetes, asma u otras enfermedades crónicas.

Pregunta 7: ¿Cree que los medicamentos genéricos son de buena calidad?

Tabla 12. Creencia sobre la calidad de los medicamentos genéricos

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
No	11	3,8	3,8	3,8
La mayoría de veces no	18	6,1	6,1	9,9
A veces	100	34,1	34,1	44,0
La mayoría de veces si	76	25,9	25,9	70,0
Si	88	30,0	30,0	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 12. Creencia sobre la calidad de los medicamentos genéricos



Según la figura 12, el 30% de encuestados opina que las medicinas genéricas son de buena calidad, el 25,9% opina que la mayoría de veces sí lo son, y el 34,1% a veces son de buena calidad; mientras que un bajo porcentaje (3,8%) opina que no son de buena calidad.

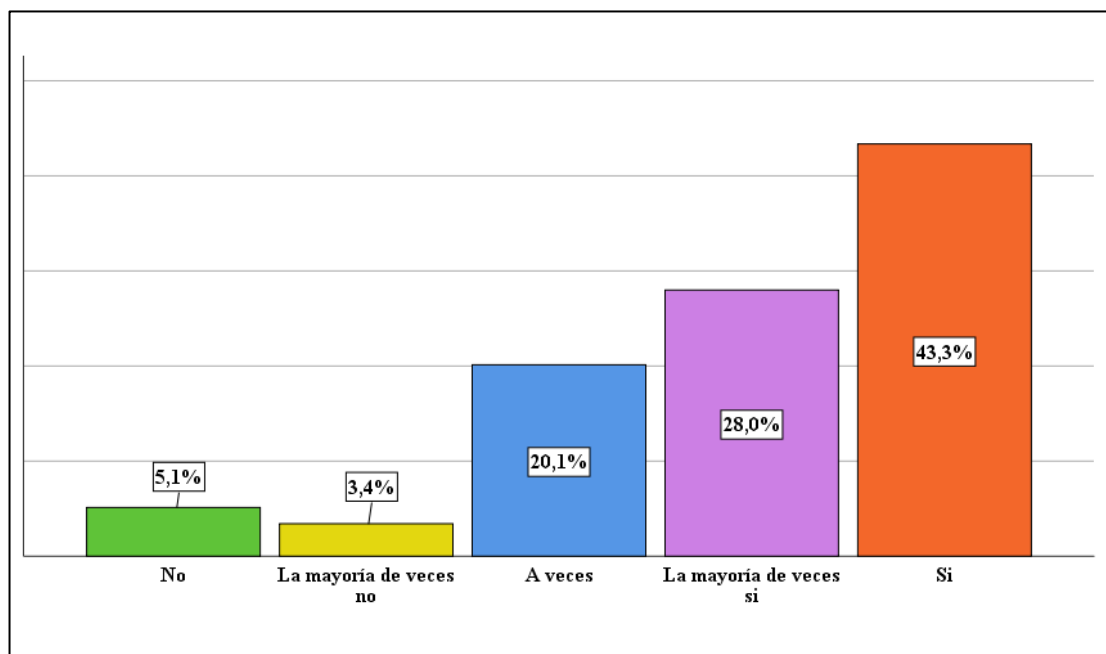
3.3. Resultados de la dimensión 2: factores externos

Pregunta 8: Cuando el médico le receta medicamentos genéricos ¿Usted compra los medicamentos genéricos respetando la receta cuando acude a la farmacia o botica?

Tabla 13. Al comprar el usuario respeta la prescripción de medicamentos genéricos

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
No	15	5,1	5,1	5,1
La mayoría de veces no	10	3,4	3,4	8,5
A veces	59	20,1	20,1	28,7
La mayoría de veces si	82	28,0	28,0	56,7
Si	127	43,3	43,3	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 13. Al comprar el usuario respeta la prescripción de medicamentos genéricos



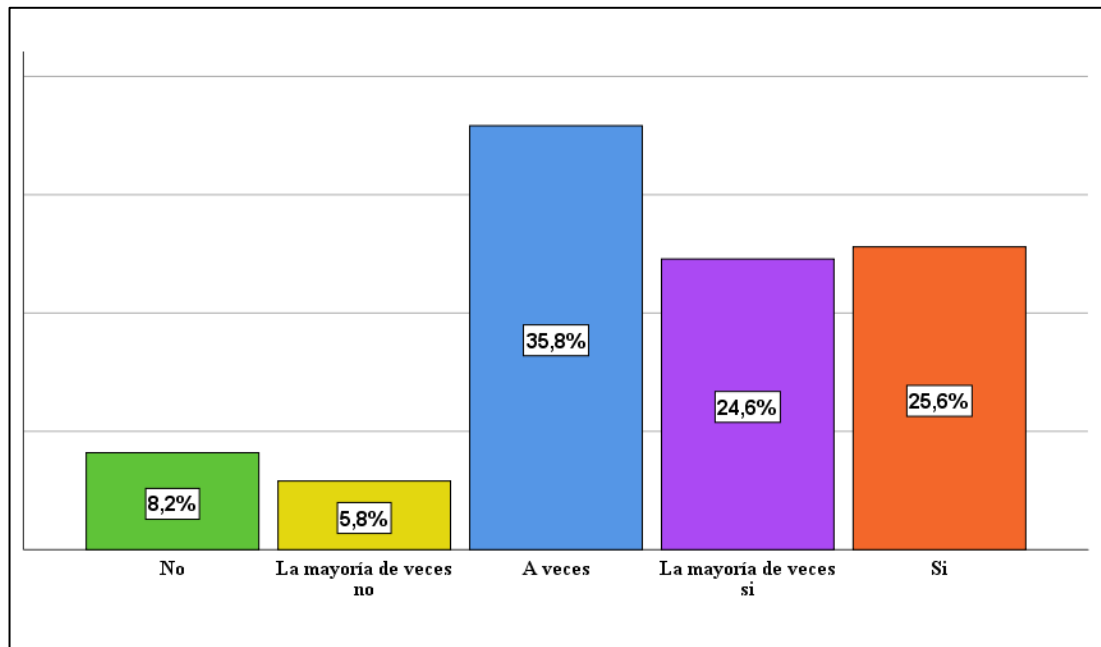
De acuerdo a la figura 13, el 43,3% de usuarios compran medicamentos genéricos respetando la receta médica al acudir a una oficina farmacéutica, el 28% lo hace la mayoría de veces y el 20,1% lo hace a veces; mientras que el 5,1% no respeta la prescripción de medicamentos genéricos al acudir a una oficina farmacéutica.

Pregunta 9: Cuando el médico le receta medicamentos de marca ¿Usted acepta el cambio a medicamentos genéricos cuando compra en la farmacia o botica?

Tabla 14. Aceptación del cambio de medicamento de marca por genérico

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
No	24	8,2	8,2	8,2
La mayoría de veces no	17	5,8	5,8	14,0
A veces	105	35,8	35,8	49,8
La mayoría de veces si	72	24,6	24,6	74,4
Si	75	25,6	25,6	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 14. Aceptación del cambio de medicamento de marca por genérico



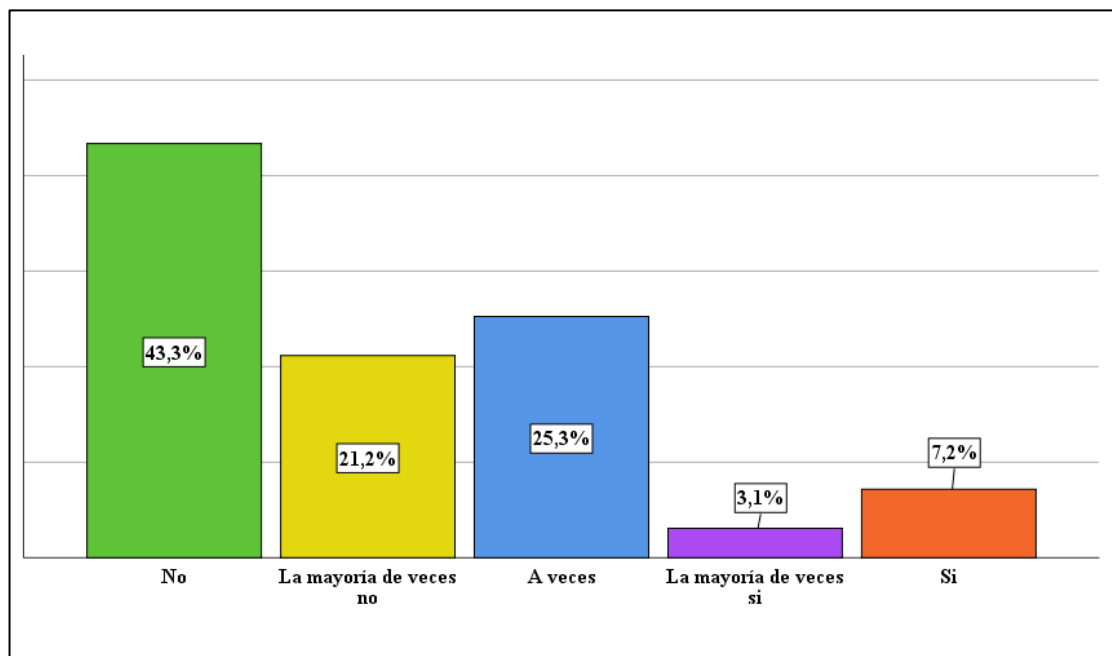
Según la figura 14, el 25,6% de usuarios aceptan el cambio en la oficina farmacéutica a medicamentos genéricos cuando el médico prescribe con medicamentos de marca, el 24,6% lo hace en la mayoría de veces y el 35,8% lo hace a veces; mientras que el 8,2% no acepta el cambio cuando le prescriben medicamentos de marca.

Pregunta 10. Cuando acude a una farmacia o botica ¿El Químico Farmacéutico le ofrece medicamentos genéricos?

Tabla 15. Ofrecimiento del QF de medicamentos genéricos

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
No	127	43,3	43,3	43,3
La mayoría de veces no	62	21,2	21,2	64,5
A veces	74	25,3	25,3	89,8
La mayoría de veces si	9	3,1	3,1	92,8
Si	21	7,2	7,2	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 15. Ofrecimiento del QF de medicamentos genéricos



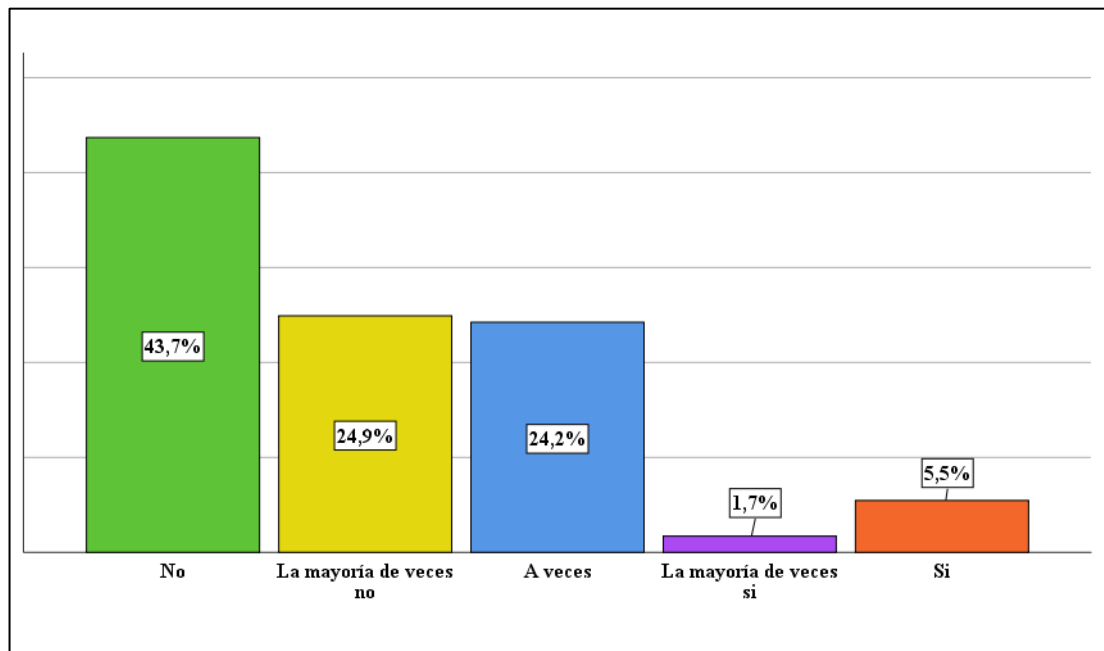
Según la figura 15, el 43,3% de encuestados afirma que el farmacéutico no le ofrece medicamentos genéricos, el 21,2% opina que la mayoría de veces no le ofrece, el 25,3% le ofrece a veces; mientras que el 7,2% opinan que el farmacéutico sí le ofrece medicamentos genéricos cuando el usuario acude a una la farmacia o botica.

Pregunta 11. Cuando acude a una farmacia o botica ¿El técnico en farmacia le ofrece medicamentos genéricos?

Tabla 16. Ofrecimiento del técnico en farmacia de medicamentos genéricos

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
No	128	43,7	43,7	43,7
La mayoría de veces no	73	24,9	24,9	68,6
A veces	71	24,2	24,2	92,8
La mayoría de veces si	5	1,7	1,7	94,5
Si	16	5,5	5,5	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 16. Ofrecimiento del técnico en farmacia de medicamentos genéricos



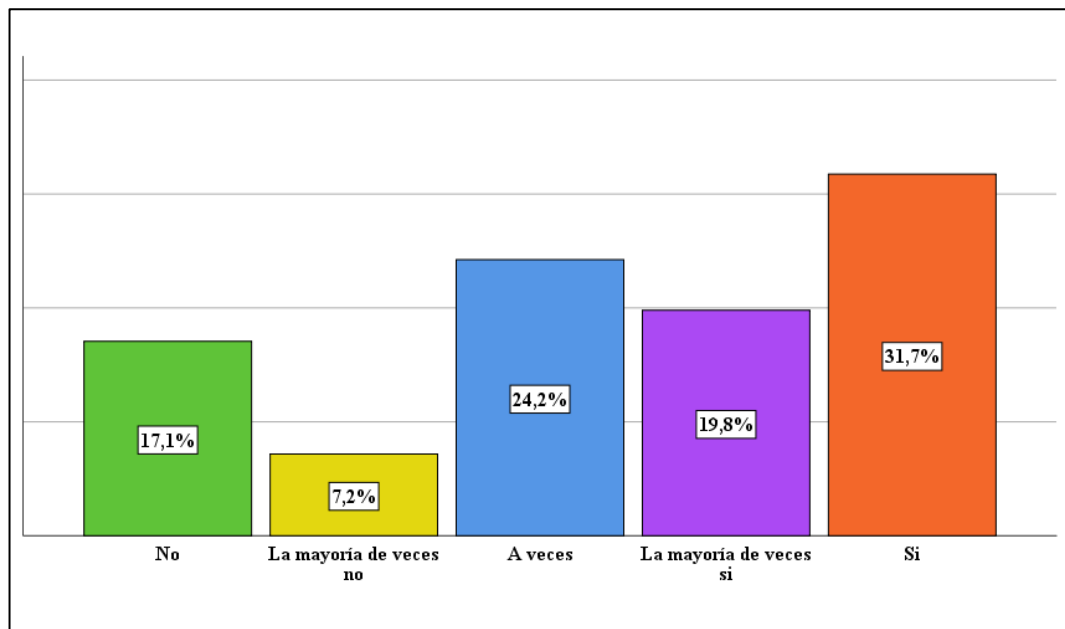
Según la figura 16, el 43,7% de encuestados afirma que el técnico en farmacia no le ofrece medicamentos genéricos, el 24,9% opina que la mayoría de veces no le ofrece, el 24,2% le ofrece a veces; mientras que el 5,5% opinan que el técnico en farmacia sí le ofrece medicamentos genéricos cuando el usuario acude a una la farmacia o botica.

Pregunta 12. ¿El precio de venta del medicamento genérico en la farmacia o botica influye en la decisión de compra?

Tabla 17. El precio del medicamento genérico influye en la decisión de compra

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
No	50	17,1	17,1	17,1
La mayoría de veces no	21	7,2	7,2	24,2
A veces	71	24,2	24,2	48,5
La mayoría de veces si	58	19,8	19,8	68,3
Si	93	31,7	31,7	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 17. El precio del medicamento genérico influye en la decisión de compra



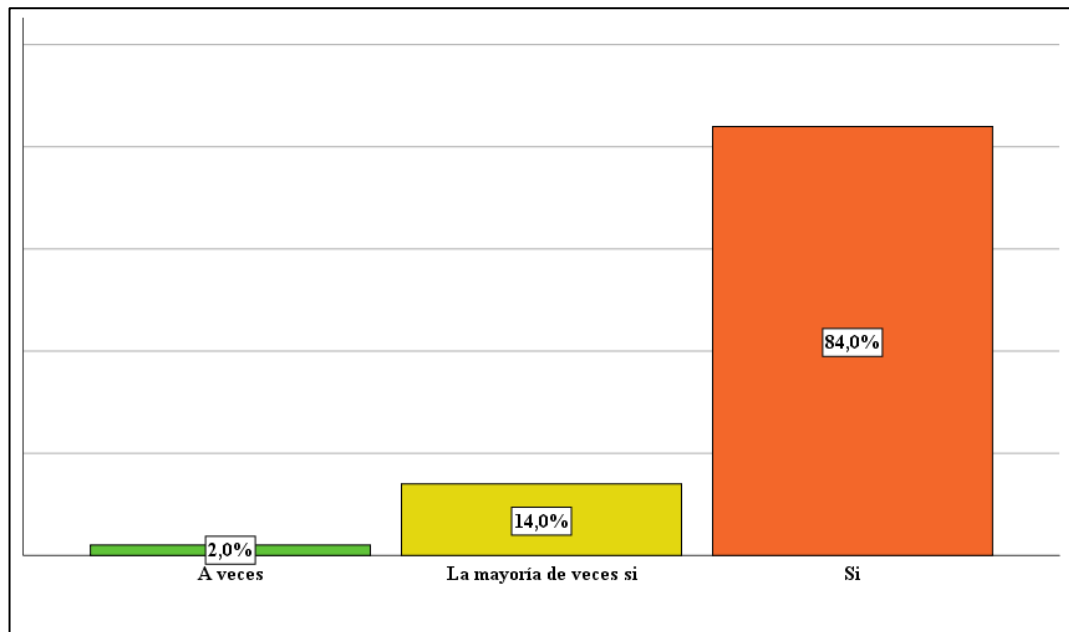
De la figura 17, el 31,7% de encuestados afirman que el precio del genérico influye en la compra cuando acude a una oficina farmacéutica, el 19,8% opina que influye en la mayoría de veces y el 24,2% afirma que a veces influye; mientras que el 17,1% opina que el precio no influye en la compra de medicamentos genéricos.

Pregunta 13. ¿Los medicamentos genéricos son más cómodos que los medicamentos de marca?

Tabla 18. Los medicamentos genéricos son más cómodos que los de marca

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
No	0	0,0	0,0	0,0
La mayoría de veces no	0	0,0	0,0	0,0
A veces	6	2,0	2,0	2,0
La mayoría de veces si	41	14,0	14,0	16,0
Si	246	84,0	84,0	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 18. Los medicamentos genéricos son más cómodos que los de marca



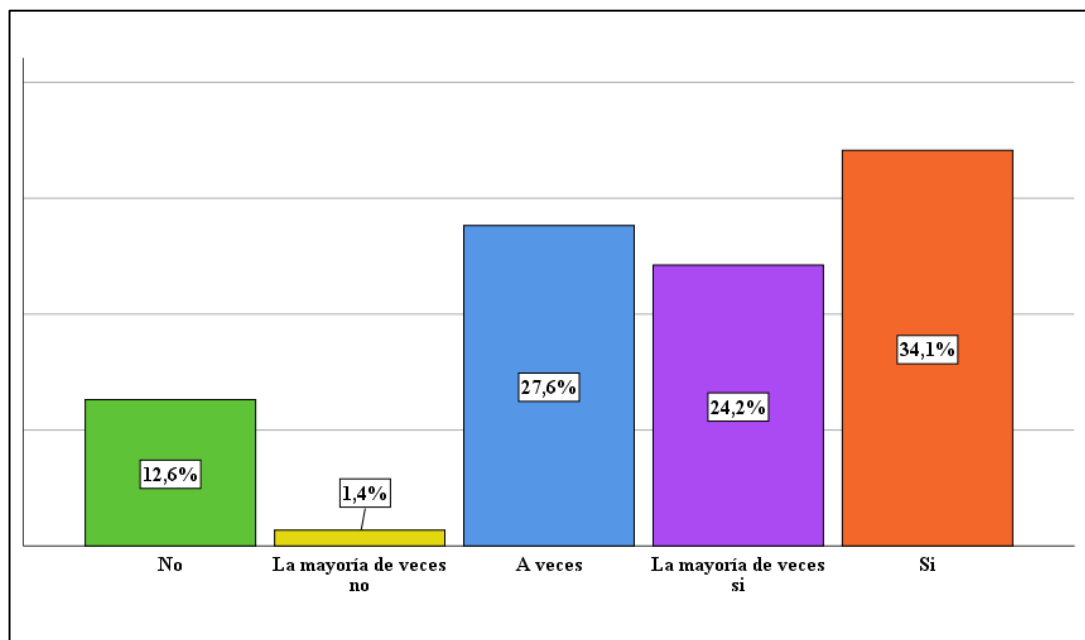
De acuerdo a la figura 18, la mayoría de encuestados (84%) opinan los genéricos son más cómodos que los medicamentos de marca, el 14% opina que en la mayoría de los casos sí es cómodo, mientras que solo el 2% opina que a veces el genérico es más cómodo en comparación del medicamento comercial.

Pregunta 14. ¿Usted cree que la publicidad determina la compra de un medicamento genérico?

Tabla 19. La publicidad determina la decisión de compra de medicamentos genéricos

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
No	37	12,6	12,6	12,6
La mayoría de veces no	4	1,4	1,4	14,0
A veces	81	27,6	27,6	41,6
La mayoría de veces si	71	24,2	24,2	65,9
Si	100	34,1	34,1	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 19. La publicidad determina la decisión de compra de medicamentos genéricos



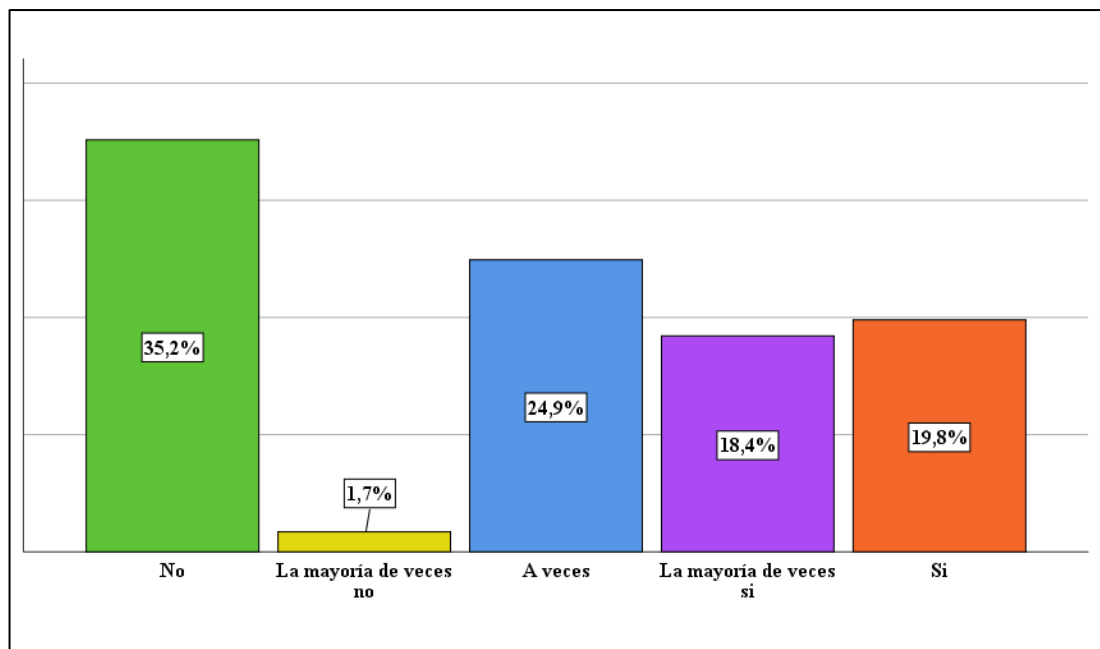
Según la figura 19, el 34,1% opina que la publicidad es un factor influyente en la compra de genéricos, el 24,2% opina que en la mayoría de veces y el 27,6% opina que a veces influye en la compra; mientras que el 12,6% dice que no determina la compra de medicinas genéricas.

Pregunta 15. ¿La exhibición de medicamentos genéricos en la farmacia o botica influye en la decisión de compra?

Tabla 20. La exhibición influye en la decisión de compra de medicamentos genéricos

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
No	103	35,2	35,2	35,2
La mayoría de veces no	5	1,7	1,7	36,9
A veces	73	24,9	24,9	61,8
La mayoría de veces si	54	18,4	18,4	80,2
Si	58	19,8	19,8	100,0
Total	293	100,0	100,0	

Figura 20. La exhibición influye en la decisión de compra de medicamentos genéricos



Según la figura 20, el 35,2% opina que la exhibición no influye en la decisión de compra de medicamentos genéricos, el 19,8% opina que sí influye, el 18,4% dice que la mayoría de veces sí influye y el 24,9% afirma que a veces influye en la compra de medicamentos genéricos.

IV. DISCUSIÓN

En el estudio el 100% de entrevistados adquirieron medicinas genéricas en el último año; en un estudio similar, tal resultado se aproxima al obtenido por Iñiguez & Ortiz (2019) donde el 97% compró medicinas genéricas en el último año.

Con respecto a la opinión familiar, el estudio evidenció que el 9,9% fue el factor influyente en la compra de medicinas genéricas. Este resultado se aproxima al obtenido por Iñiguez & Ortiz (2019) en la cual el 9% es influenciado por familiares; pero es mayor según Guzmán (2021) ya que fue de 23%, y muy lejano con el obtenido por Jiménez (2021) siendo el 83%.

De acuerdo al estudio, el 20% si prefiere comprar medicinas genéricas. Los resultados son diferentes según Guzmán (2021), porque el 47% de usuarios prefieren los genéricos; pero cercano al obtenido por Romero & Núñez (2019) donde obtuvo un 15% de preferencia.

Así mismo, el 27,6% de los entrevistados afirman que los genéricos tienen el mismo efecto que los de marca. Son casi similares al obtenido por López (2018) con un 28,6%; pero difiere con el trabajo de Torres et al (2018), ya que el 56,7% de las medicinas genéricas presentan el mismo efecto al de marca; de igual manera con el estudio de Tigse (2015), donde el 58,8% considera que los medicamentos genéricos son igual de efectivos que los de marca.

El 30% de encuestados opina que los medicamentos genéricos son de buena calidad; mientras que en el estudio realizado por Iñiguez & Ortiz (2019) el 41% opinan que la calidad de los medicamentos genéricos está entre muy buen y buena.

El 43,3% de usuarios compran genéricos según la receta al acudir a una oficina farmacéutica; tal resultado se aproxima al obtenido por Iñiguez & Ortiz (2019) donde el resultado obtenido fue 48%; pero difiere con lo obtenido por López (2018) siendo el 56%.

En tanto que, el 7,2% opinan que el farmacéutico y el 5,5% opinan que el técnico en farmacia le ofrecen medicinas genéricas cuando el usuario acude a una oficina farmacéutica. Este resultado difiere con el estudio de por Iñiguez & Ortiz (2019) donde

el porcentaje se duplica, ya que el 14% opina que la recomendación del Químico Farmacéutico influye en la compra de medicamentos genéricos, además que el 15,2% opina que las recomendaciones realizadas en las farmacias influyen en la compra.

Con respecto al precio, el 31,7% de encuestados afirman que el precio del genérico influye en la adquisición cuando acude a una oficina farmacéutica; es casi similar al obtenido por Guzmán (2021) ya que fue de 36%; en cambio, según Iñiguez & Ortiz (2019) es menor, en la cual solo el 15,7% opina que el precio es un factor importante en la compra; también es mayor según Tigse (2015) siendo el 45,6%, y alto según Jiménez (2021) siendo el 49%. De acuerdo al precio, la mayoría de encuestados (84%) opinan que los genéricos son más cómodos que los de marca; esto difiere con el resultado obtenido por Iñiguez & Ortiz (2019) ya que el 32% opina que el precio de los genéricos es bajo.

Finalmente, el 34,1% opina que la publicidad es un factor influyente en la compra de medicamentos genéricos. Es diferente al obtenido por Tigse (2015) donde la publicidad influye en un 8,8%, así mismo muy lejano al resultado de López (2018) que fue de 83%.

V. CONCLUSIONES

Se concluye que:

1. Los factores internos más resaltantes en la adquisición de medicinas genéricas son: la adquisición previa en el último año, la preferencia, el efecto similar al de marca, la efectividad frente a los síntomas menores y enfermedades crónicas y la calidad.
2. Los factores externos más influyentes son: la compra de medicinas genéricas según la prescripción médica, la influencia familiar, la aceptación al cambio por medicinas genéricas, el precio más cómodo que el de marca y la publicidad como factor influyente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Maceira D & Palacios A. [Internet]. Percepciones, Actitudes y Patrones en el Consumo de Medicamentos: Evidencia para usuarios y farmacéuticos de una cadena minorista. Documentos de Trabajo CEDES 131/2017. [citado el 02 de agosto de 2022; actualizado el 2016]. Disponible en: https://www.danielmaceira.com.ar/wp-content/uploads/2018/06/Doc_t131-patrones-de-consumo-de-medicamentos.pdf
2. Almeida MJ, Priego HR, Córdova JA, Morales MH, Sevilla P. Automedicación de medicamentos genéricos en usuarios de farmacias en un municipio mexicano. Revista de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad del Cauca. [Internet]. 2020;22(1):24-32. Disponible en: <https://revistas.unicauca.edu.co/index.php/rfcs/article/view/1573/1187>
3. Ugarte O. Estrategias para mejorar el acceso a medicamentos en el Perú. Anales de la Facultad de Medicina. [Internet]. 2019;80(1):104-108. Disponible en: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-55832019000100019
4. Iñiguez F & Ortiz D. Análisis de los factores que influyen en la decisión de compra de las medicinas genéricas en el Cantón Cuenca del año 2018. [Tesis]. Cuenca: Universidad del Azuay; 2019.
5. Rey YP. Revisión de factores que influyen en prescripción y uso de medicamentos genéricos vs de marca en Colombia y otros países de Latinoamérica. [Monografía]. Bogotá: Corporación Tecnológica de Bogotá; 2021.
6. Torres C, Altman D, Fernández LM, Orozco L, Rosero RA. Percepción de usuarios de Cali-Colombia acerca de medicamentos genéricos. Revista Colombiana de Ciencias Químico-Farmacéuticas. [Internet]. 2018;47(2):151-168. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/rccqf/v47n2/0034-7418-rccqf-47-02-151.pdf>
7. Tigse JM. Análisis del comportamiento del consumidor frente a la compra de medicamentos genéricos, para determinar los factores que influyen en el cliente ante la adquisición de estos medicamentos, en el sector comité del pueblo, D.M.Q período 2015. [Proyecto de investigación]. Quito: Instituto Tecnológico Cordillera; 2015.
8. Guzmán JIM. Factores que influyen en la compra de medicamentos de marca y genéricos en clientes de una cadena de boticas – Mollendo. Arequipa, 2019. [Tesis]. Arequipa: Universidad Católica de Santa María; 2021.

9. Quispe YL. Factores que intervienen en la decisión de compra de medicamentos en las farmacias y boticas de la provincia Mariscal Nieto, Región Moquegua, 2019. [Tesis]. Moquegua: Universidad José Carlos Mariátegui; 2021.
10. Romero VM & Núñez NC. Grado de aceptación de medicamentos genéricos en la población del distrito de Cajamarca, 2019. [Tesis]. Cajamarca: Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo; 2019.
11. López 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]. Cusco: Universidad César Vallejo; 2018.
12. Pasmíño J & Ríos ZZ. Nivel de aceptación de medicamentos genéricos por usuarios que acuden al departamento de farmacia del Hospital San Juan de Lurigancho, 2019. [Tesis]. Lima: Universidad María Auxiliadora; 2019.
13. Vera O. Criterios para la selección de medicamentos esenciales. *Revista Médica La Paz*. [Internet]. 2019;25(1):68-72. Disponible en: http://www.scielo.org.bo/pdf/rmcmlp/v25n1/v25n1_a10.pdf
14. Sánchez JK. Comportamiento del consumidor para mejorar la colocación de los precios de productos de primera necesidad en los supermercados de Chiclayo 2016. [Tesis]. Chiclayo: Universidad de Lambayeque; 2017.
15. Llanos KM. Factores que intervienen en la decisión de compra de medicamentos genéricos y de marca en los consumidores del AA.HH. Wichanzaño año 2016. [tesis]. Trujillo: Universidad César Vallejo; 2016.
16. Lara EM. Fundamentos de investigación: Un enfoque por competencias. 2da ed. México: Alfaomega Grupo Editor; 2013. Disponible en: <http://alfaomega.com.mx>
17. Arias FG. El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica. 6ta ed. Caracas: Editorial Episteme CA; 2012.
18. Hernández R, Fernández C, Baptista MP. Metodología de la investigación. 4ta ed. México: Editorial Mc Graw-Hill Education; 2014.
19. Poudel RS, Piyani RM, Shrestha S, Prajapati A, Adhikari B. Prescription errors and pharmacist intervention at outpatient pharmacy of Chitwan Medical College. *Journal of Chitwan Medical College*. 2015;5(12):20-24. Disponible en: <https://doi.org/10.3126/jcmmc.v5i2.13150>
20. Tuapanta JV, Duque MA & Mena AP. Alfa de Cronbach para validar un cuestionario de uso de TIC en docentes universitarios. *Revista MKT Descubre*. 2017; 10:37-48. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/234578641.pdf>

ANEXOS

Anexo I: Matriz de consistencia

Título: Factores que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos por usuarios que acuden a la botica Sanna de La Molina, Lima 2023

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología
<p>Problema general ¿Cuáles son los factores que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos por usuarios que acuden a la botica Sanna de La Molina, Lima 2023?</p> <p>Problemas específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son los factores internos que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos por usuarios que acuden a la botica Sanna de La Molina, Lima 2023? ¿Cuáles son los factores externos que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos por usuarios que acuden a la botica Sanna de La Molina, Lima 2023? 	<p>Objetivo general Determinar los factores que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos por usuarios que acuden a la botica Sanna de La Molina, Lima 2023.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> Determinar los factores internos que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos por usuarios que acuden a la botica Sanna de La Molina, Lima 2023. Determinar los factores externos que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos por usuarios que acuden a la botica Sanna de La Molina, Lima 2023. 	<p>El presente estudio carece de hipótesis ya que será un estudio descriptivo.</p>	<p>Factores que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos.</p>	<p>Tipo y nivel de investigación Tipo básica y de nivel descriptiva.</p> <p>Diseño de la investigación No experimental, observacional, transversal y prospectivo.</p> <p>Población Estará conformada por todos los usuarios que adquieren o compran medicamentos genéricos en la botica Sanna del distrito de la Molina.</p> <p>Muestra La muestra será de 292 usuarios que acuden a la botica Sanna.</p> <p>Instrumento Cuestionario.</p>

Anexo II: Operacionalización de la variable

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valor	Instrumento
Factores que influyen en la decisión de compra de medicamentos genéricos.	Son diversos aspectos que intervienen sobre el usuario al momento de adquirir o comprar medicamentos genéricos o bajo la Denominación Común Internacional (DCI).	Para medir la variable se utilizará un cuestionario dirigido a usuarios que adquieren o compran medicamentos genéricos en la botica Sanna de La Molina.	Factores internos	Compra y preferencia	P1	Nominal. 1: No 2: La mayoría de veces no 3: A veces 4: La mayoría de veces si 5: Si	Cuestionario
					P2		
					P3		
				Efectividad y calidad	P4		
					P5		
					P6		
					P7		
			Factores externos	Prescripción y ofrecimiento	P8		
					P9		
					P10		
				Precio	P11		
					P12		
				Marketing	P13		
					P14		
					P15		

Anexo III

Cuestionario sobre factores que influyen en la compra de medicamentos genéricos

Somos estudiantes de la carrera de farmacia y bioquímica, solicitamos su apoyo para llenar el cuestionario el cual permitirá conocer los factores que influyen en la compra de medicamentos genéricos, los datos serán confidenciales.

Instrucciones: La encuesta es anónima, en cada pregunta marque la alternativa que usted cree más conveniente.

Datos sociodemográficos				
Sexo	<input type="checkbox"/> Femenino		<input type="checkbox"/> Masculino	
Edad (años)	<input type="checkbox"/> 20-29	<input type="checkbox"/> 30-39	<input type="checkbox"/> 40-49	<input type="checkbox"/> ≥ 50
Nivel educativo	<input type="checkbox"/> Primaria	<input type="checkbox"/> Secundaria	<input type="checkbox"/> Técnico	<input type="checkbox"/> Superior
Ocupación	<input type="checkbox"/> Estudiante	<input type="checkbox"/> Comerciante	<input type="checkbox"/> Profesional	<input type="checkbox"/> Jubilado
Ingreso mensual	<input type="checkbox"/> < S/ 500	<input type="checkbox"/> S/ 500-1000	<input type="checkbox"/> S/ 1000-1500	<input type="checkbox"/> ≥ S/ 1500

Dimensión 1: Factores internos

Indicador: Compra y preferencia

1. ¿Usted ha comprado medicamentos genéricos en los últimos 12 meses? (Si la respuesta es **no**, entonces termina el cuestionario)
 - a) Si
 - b) No
2. ¿Su familia influye en la decisión de compra de un medicamento genérico?
 - a) Si
 - b) La mayoría de veces si
 - c) A veces
 - d) La mayoría de veces no
 - e) No
3. ¿Prefiere usted comprar medicamentos genéricos antes que el de marca?
 - a) Si
 - b) La mayoría de veces si
 - c) A veces
 - d) La mayoría de veces no
 - e) No

Indicador: Efectividad y calidad

4. ¿Los medicamentos genéricos tienen el mismo efecto que los medicamentos de marca?
 - a) Si
 - b) La mayoría de veces si
 - c) A veces
 - d) La mayoría de veces no
 - e) No

5. ¿Los medicamentos genéricos son más efectivos para tratar los síntomas como dolor de cabeza, fiebre, tos, etc.?
- a) Si
 - b) La mayoría de veces si
 - c) A veces
 - d) La mayoría de veces no
 - e) No
6. ¿Los medicamentos genéricos son más efectivos para tratar las enfermedades como hipertensión, diabetes, asma, etc.?
- a) Si
 - b) La mayoría de veces si
 - c) A veces
 - d) La mayoría de veces no
 - e) No
7. ¿Cree que los medicamentos genéricos son de buena calidad?
- a) Si
 - b) La mayoría de veces si
 - c) A veces
 - d) La mayoría de veces no
 - e) No

Dimensión 2: 1Factores externos

Indicador: Descripción y ofrecimiento

8. Cuando el médico le receta medicamentos genéricos ¿Usted compra los medicamentos genéricos respetando la receta cuando acude a la farmacia o botica?
- a) Si
 - b) La mayoría de veces si
 - c) A veces
 - d) La mayoría de veces no
 - e) No
9. Cuando el médico le receta medicamentos de marca ¿Usted acepta el cambio a medicamentos genéricos cuando compra en la farmacia o botica?
- a) Si
 - b) La mayoría de veces si
 - c) A veces
 - d) La mayoría de veces no
 - e) No
10. Cuando acude a una farmacia o botica ¿El Químico Farmacéutico le ofrece medicamentos genéricos?
- a) Si
 - b) La mayoría de veces si
 - c) A veces
 - d) La mayoría de veces no
 - e) No

11. Cuando acude a una farmacia o botica ¿El Técnico en Farmacia le ofrece medicamentos genéricos?
- a) Si
 - b) La mayoría de veces si
 - c) A veces
 - d) La mayoría de veces no
 - e) No

Indicador: Precio

12. ¿El precio de venta del medicamento genérico en la farmacia o botica influye en la decisión de compra?
- a) Si
 - b) La mayoría de veces si
 - c) A veces
 - d) La mayoría de veces no
 - e) No
13. ¿Los medicamentos genéricos son más cómodos que los medicamentos de marca?
- a) Si
 - b) La mayoría de veces si
 - c) A veces
 - d) La mayoría de veces no
 - e) No

Indicador: Marketing

14. ¿Usted cree que la publicidad determina la compra de un medicamento genérico?
- a) Si
 - b) La mayoría de veces si
 - c) A veces
 - d) La mayoría de veces no
 - e) No
15. ¿La exhibición de medicamentos genéricos en la farmacia o botica influye en la decisión de compra?
- a) Si
 - b) La mayoría de veces si
 - c) A veces
 - d) La mayoría de veces no
 - e) No

Anexo IV: Solicitud de validez



UNIVERSIDAD PRIVADA DE HUANCAYO
"FRANKLIN ROOSEVELT"
RESOLUCIÓN N°571-2009-CONAFU
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS FARMACÉUTICAS
Av. Giráldez N°542 - Huancayo

Huancayo, 20 de marzo 2023

CARTA Nro.01-2023

Señor (a):
Mg. QF Antonio Guillermo Ramos Jaco

PRESENTE

ASUNTO: VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Por medio del presente me dirijo a Ud. para saludarle cordialmente y solicitarle su participación en la validez de instrumentos de investigación a través de "juicio de expertos" del proyecto de investigación que estoy realizando, para obtener el título profesional; teniendo como tesis titulada "FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS POR USUARIOS QUE ACUDEN A LA BOTICA SANNA DE LA MOLINA, LIMA 2023", para lo cual adjunto:

- Formato de apreciación al instrumento: formato A y B.
- Matriz de consistencia.
- Operacionalización de la variable.
- Instrumento de recolección de datos.

Esperando la atención del presente le reitero a Ud. las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Hernani Sevillanos, Rocío Vanesa
DNI N° 71122092

Atentamente,

Pavis Dávila, Ruth Marigyn
DNI N° 45721804

FORMATO: A
VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

**TESIS: "FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE
MEDICAMENTOS GENÉRICOS POR USUARIOS QUE ACUDEN A LA BOTICA
SANNA DE LA MOLINA, LIMA 2023"**

Investigadoras:

- 1. Hernani Sevillanos, Rocío Vanesa**
- 2. Povis Dávila, Ruth Marigyn**

Indicación: Señor calificador se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del cuestionario respecto a la adquisición de los medicamentos genéricos, marque con un aspa el casillero que crea conveniente de acuerdo a su criterio y experiencia profesional, denotando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formación para su posterior aplicación.

NOTA: Para cada ítem se considera la escala de 1 a 5 donde:

1= Muy deficiente	2= Deficiente	3= Regular	4= Bueno	5= Muy bueno
-------------------	---------------	------------	----------	--------------

DIMENSIÓN: FACTORES INTERNOS						
INDICADOR: COMPRA Y PREFERENCIA		1	2	3	4	5
1.	¿Usted ha comprado medicamentos genéricos en los últimos 12 meses? (Si la respuesta es no, entonces termina el cuestionario) a) Si b) No					X
2.	¿Su familia influye en la decisión de compra de un medicamento genérico? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No					X
3.	¿Prefiere usted comprar medicamentos genéricos antes que el de marca? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No					X

INDICADOR: EFECTIVIDAD Y CALIDAD		1	2	3	4	5
4.	¿Los medicamentos genéricos tienen el mismo efecto que los medicamentos de marca? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No				X	
5.	¿Los medicamentos genéricos son más efectivos para tratar los síntomas como dolor de cabeza, fiebre, tos, etc.? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No					X
6.	¿Los medicamentos genéricos son más efectivos para tratar las enfermedades como hipertensión, diabetes, asma, etc.? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No					X
7.	¿Cree que los medicamentos genéricos son de buena calidad? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No				X	

DIMENSIÓN: FACTORES EXTERNOS						
INDICADOR: DESCRIPCIÓN Y OFRECIMIENTO		1	2	3	4	5
8.	Cuando el médico le receta medicamentos genéricos ¿Usted compra los medicamentos genéricos respetando la receta cuando acude a la farmacia o botica? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No					X
9.	Cuando el médico le receta medicamentos de marca ¿Usted acepta el cambio a medicamentos genéricos cuando compra en la farmacia o botica? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No					X

10.	<p>Quando acude a una farmacia o botica ¿El Químico Farmacéutico le ofrece medicamentos genéricos?</p> <p>a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No</p>						X
-----	--	--	--	--	--	--	----------

11.	<p>Quando acude a una farmacia o botica ¿El Técnico en Farmacia le ofrece medicamentos genéricos?</p> <p>a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No</p>						X
-----	---	--	--	--	--	--	----------

INDICADOR: PRECIO		1	2	3	4	5
--------------------------	--	----------	----------	----------	----------	----------

12.	<p>¿El precio de venta del medicamento genérico en la farmacia o botica influye en la decisión de compra?</p> <p>a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No</p>						X
-----	---	--	--	--	--	--	----------

13.	<p>¿Los medicamentos genéricos son más cómodos que los de marca?</p> <p>a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No</p>						X
-----	--	--	--	--	--	--	----------

INDICADOR: MARKETING		1	2	3	4	5
-----------------------------	--	----------	----------	----------	----------	----------

14.	<p>¿Usted cree que la publicidad determina la compra de un medicamento genérico?</p> <p>a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No</p>						X
-----	--	--	--	--	--	--	----------

15.	<p>¿La exhibición de medicamentos genéricos en la farmacia o botica influye en la decisión de compra?</p> <p>a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No</p>						X
-----	---	--	--	--	--	--	----------

PROMEDIO DE VALORACIÓN

Muy buena

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

Nombres y Apellidos : **Antonio Guillermo Ramos Jaco.**

DNI N° : **04085562** Teléfono/Celular: **937595362**

Dirección domiciliaria : **Urb. San Elias Av. Holanda Los Olivos**

Título Profesional : **QUIMICO FARMACEUTICO.**

Grado Académico : **Maestro**

Mención : **En Salud Pública y Gestión Sanitaria**



Firma

Lugar y fecha: Huancayo, 20 de marzo del 2023

FORMATO: B

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INFORME DE OPINIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Título de la Investigación : “FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS POR USUARIOS QUE ACUDEN A LA BOTICA SANNA DE LA MOLINA, LIMA 2023 ”
- 1.2. Nombre del instrumento : Cuestionario.
motivo de evaluación

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios	Deficiente				Baja				Regular				Buena				Muy Buena			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado																			X	
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables																			X	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica																				X
4. Organización	Existe una organización lógica																			X	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																				X
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación																			X	
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos																				X
8. Coherencia	Entre los índices e indicadores																			X	
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																				X
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación																			X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN

Muy buena

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

Nombres y Apellidos : **Antonio Guillermo Ramos Jaco**
DNI N° : **04085562** Teléfono/Celular: **937595362**
Dirección domiciliaria : **Urb. San Elias Av. Holanda Los Olivos**
Título Profesional : **QUIMICO FARMACEUTICO.**
Grado Académico : **Maestro**
Mención : **En Salud Pública y Gestión Sanitaria**



Firma

Lugar y fecha: Huancayo, 20 de marzo del 2023

Huancayo, 20 de marzo 2023

CARTA Nro.01-2023.

Señor (a):

Mg. QF. Carlos Max Rojas Aire.

PRESENTE

ASUNTO: VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Por medio del presente me dirijo a Ud. para saludarle cordialmente y solicitarle su participación en la validez de instrumentos de investigación a través de "juicio de expertos" del proyecto de investigación que estoy realizando, para obtener el título profesional; teniendo como tesis titulada "**FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS POR USUARIOS QUE ACUDEN A LA BOTICA SANNA DE LA MOLINA, LIMA 2023**", para lo cual adjunto:

- Formato de apreciación al instrumento: formato A y B.
- Matriz de consistencia.
- Operacionalización de la variable.
- Instrumento de recolección de datos.

Esperando la atención del presente le reitero a Ud. las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Hernani Sevillanos, Rocío Vanesa
DNI N° 71122092

Atentamente,

Pavis Dávila, Ruth Marigyn
DNI N° 45721804

FORMATO: A
VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

TESIS: "FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE MEDICAMENTOS

GENÉRICOS POR USUARIOS QUE ACUDEN A LA BOTICA SANNA DE LA MOLINA, LIMA 2023"

Investigadoras:

1. **Hernani Sevillanos, Rocío Vanesa**
2. **Povis Dávila, Ruth Marigyn**

Indicación: Señor calificador se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del cuestionario respecto a la adquisición de los medicamentos genéricos, marque con un aspa el casillero que crea conveniente de acuerdo a su criterio y experiencia profesional, denotando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formación para su posterior aplicación.

NOTA: Para cada ítem se considera la escala de 1 a 5 donde:

1= Muy deficiente	2= Deficiente	3= Regular	4= Bueno	5= Muy bueno
-------------------	---------------	------------	----------	--------------

DIMENSIÓN: FACTORES INTERNOS						
INDICADOR: COMPRA Y PREFERENCIA		1	2	3	4	5
1.	¿Usted ha comprado medicamentos genéricos en los últimos 12 meses? (Si la respuesta es no, entonces termina el cuestionario) a) Si b) No					X
2.	¿Su familia influye en la decisión de compra de un medicamento genérico? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No					X
3.	¿Prefiere usted comprar medicamentos genéricos antes que el de marca? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No					X

INDICADOR: EFECTIVIDAD Y CALIDAD		1	2	3	4	5
4.	¿Los medicamentos genéricos tienen el mismo efecto que los medicamentos de marca? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No				X	
5.	¿Los medicamentos genéricos son más efectivos para tratar los síntomas como dolor de cabeza, fiebre, tos, etc.? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No					X
6.	¿Los medicamentos genéricos son más efectivos para tratar las enfermedades como hipertensión, diabetes, asma, etc.? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No					X
7.	¿Cree que los medicamentos genéricos son de buena calidad? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No					X

DIMENSIÓN: FACTORES EXTERNOS						
INDICADOR: DESCRIPCIÓN Y OFRECIMIENTO		1	2	3	4	5
8.	Cuando el médico le receta medicamentos genéricos ¿Usted compra los medicamentos genéricos respetando la receta cuando acude a la farmacia o botica? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No					X
9.	Cuando el médico le receta medicamentos de marca ¿Usted acepta el cambio a medicamentos genéricos cuando compra en la farmacia o botica? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No				X	

10.	Cuando acude a una farmacia o botica ¿El Químico Farmacéutico le ofrece medicamentos genéricos? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No								X
-----	---	--	--	--	--	--	--	--	---

11.	Cuando acude a una farmacia o botica ¿El Técnico en Farmacia le ofrece medicamentos genéricos? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No								X
-----	--	--	--	--	--	--	--	--	---

INDICADOR: PRECIO		1	2	3	4	5			
--------------------------	--	----------	----------	----------	----------	----------	--	--	--

12.	¿El precio de venta del medicamento genérico en la farmacia o botica influye en la decisión de compra? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No								X
-----	--	--	--	--	--	--	--	--	---

13.	¿Los medicamentos genéricos son más cómodos que los de marca? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No								X
-----	---	--	--	--	--	--	--	--	---

INDICADOR: MARKETING		1	2	3	4	5			
-----------------------------	--	----------	----------	----------	----------	----------	--	--	--

14.	¿Usted cree que la publicidad determina la compra de un medicamento genérico? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No						X		
-----	---	--	--	--	--	--	---	--	--

15.	¿La exhibición de medicamentos genéricos en la farmacia o botica influye en la decisión de compra? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No								X
-----	--	--	--	--	--	--	--	--	---

PROMEDIO DE VALORACIÓN

Muy buena

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

Nombres y Apellidos : **Carlos Max Rojas Aire**

DNI N° : **40126133** Teléfono/Celular: **978514440**

Dirección domiciliaria : **Av. Venezuela N° 1620- Dep.503-B - Distrito de Breña – Lima**

Título Profesional : **QUIMICO FARMACEUTICO.**

Grado Académico : **Magister**

Mención : **En Investigación y Docencia en Nivel Superior**
(Universidad Nacional de Huancavelica)



Firma

Lugar y fecha: Huancayo, 20 de marzo del 2023

FORMATO: B

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INFORME DE OPINIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Título de la Investigación : " FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS POR USUARIOS QUE ACUDEN A LA BOTICA SANNA DE LA MOLINA, LIMA 2023"
- 1.2. Nombre del instrumento : Cuestionario.
motivo de evaluación

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios	Deficiente				Baja				Regular				Buena				Muy Buena				
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado																				X	
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables																					X
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica																					X
4. Organización	Existe una organización lógica																			X		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																				X	
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación																					X
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos																					X
8. Coherencia	Entre los índices e indicadores																					X
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																				X	
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación																					X

PROMEDIO DE VALORACIÓN

Muy buena

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

Nombres y Apellidos : **Carlos Max Rojas Aire**

DNI N° : **40126133** Teléfono/Celular: **978514440**

Dirección domiciliaria : **Av. Venezuela N° 1620- Dep.503-B - Distrito de Breña – Lima.**

Título Profesional : **QUIMICO FARMACEUTICO.**

Grado Académico : **Magister.**

Mención : **En Investigación y Docencia en Nivel Superior.**

(Universidad Nacional de Huancavelica)



Firma

Lugar y fecha: Huancayo, 20 de marzo del 2023

Huancayo, 20 de marzo 2023

CARTA Nro.01-2023.

Señor (a):

Dr. QF. Vicente Manuel Ayala Picoaga

PRESENTE|

ASUNTO: VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Por medio del presente me dirijo a Ud. para saludarle cordialmente y solicitarle su participación en la validez de instrumentos de investigación a través de "juicio de expertos" del proyecto de investigación que estoy realizando, para obtener el título profesional; teniendo como tesis titulada "FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS POR USUARIOS QUE ACUDEN A LA BOTICA SANNA DE LA MOLINA, LIMA 2023", para lo cual adjunto:

- Formato de apreciación al instrumento: formato A y B.
- Matriz de consistencia.
- Operacionalización de la variable.
- Instrumento de recolección de datos.

Esperando la atención del presente le reitero a Ud. las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Hernani Sevillanos, Rocío Vanesa
DNI N° 71122092

Atentamente,

Povis Dávila, Ruth Marigyn
DNI N° 45721804

FORMATO: A
VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

TESIS: "FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE MEDICAMENTOS
GENÉRICOS POR USUARIOS QUE ACUDEN A LA BOTICA SANNA DE LA MOLINA, LIMA 2023"

Investigadoras:

1. **Hernani Sevillanos, Rocio Vanesa**
2. **Povis Dávila, Ruth Marigyn**

Indicación: Señor calificador se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del cuestionario respecto a la adquisición de los medicamentos genéricos, marque con un aspa el casillero que crea conveniente de acuerdo a su criterio y experiencia profesional, denotando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formación para su posterior aplicación.

NOTA: Para cada ítem se considera la escala de 1 a 5 donde:

1= Muy deficiente	2= Deficiente	3= Regular	4= Bueno	5= Muy bueno
-------------------	---------------	------------	----------	--------------

DIMENSIÓN: FACTORES INTERNOS									
INDICADOR: COMPRA Y PREFERENCIA					1	2	3	4	5
1.	¿Usted ha comprado medicamentos genéricos en los últimos 12 meses? (Si la respuesta es no, entonces termina el cuestionario)								x
	a) Si								
	b) No								
2.	¿Su familia influye en la decisión de compra de un medicamento genérico?								x
	a) Si								
	b) La mayoría de veces si								
	c) A veces								
	d) La mayoría de veces no								
	e) No								
3.	¿Prefiere usted comprar medicamentos genéricos antes que el de marca?								x
	a) Si								
	b) La mayoría de veces si								
	c) A veces								
	d) La mayoría de veces no								
	e) No								

INDICADOR: EFECTIVIDAD Y CALIDAD		1	2	3	4	5
4.	¿Los medicamentos genéricos tienen el mismo efecto que los medicamentos de marca? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No				x	
5.	¿Los medicamentos genéricos son más efectivos para tratar los síntomas como dolor de cabeza, fiebre, tos, etc.? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No					x
6.	¿Los medicamentos genéricos son más efectivos para tratar las enfermedades como hipertensión, diabetes, asma, etc.? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No				x	
7.	¿Cree que los medicamentos genéricos son de buena calidad? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No					x

DIMENSIÓN: FACTORES EXTERNOS						
INDICADOR: DESCRIPCIÓN Y OFRECIMIENTO		1	2	3	4	5
8.	Cuando el médico le receta medicamentos genéricos ¿Usted compra los medicamentos genéricos respetando la receta cuando acude a la farmacia o botica? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No				x	
9.	Cuando el médico le receta medicamentos de marca ¿Usted acepta el cambio a medicamentos genéricos cuando compra en la farmacia o botica? a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No					x

10.	<p>Cuando acude a una farmacia o botica ¿El Químico Farmacéutico le ofrece medicamentos genéricos?</p> <p>a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No</p>						x
-----	--	--	--	--	--	--	----------

11.	<p>Cuando acude a una farmacia o botica ¿El Técnico en Farmacia le ofrece medicamentos genéricos?</p> <p>a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No</p>					x	
-----	---	--	--	--	--	----------	--

INDICADOR: PRECIO		1	2	3	4	5
--------------------------	--	----------	----------	----------	----------	----------

12.	<p>¿El precio de venta del medicamento genérico en la farmacia o botica influye en la decisión de compra?</p> <p>a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No</p>					x
-----	---	--	--	--	--	----------

13.	<p>¿Los medicamentos genéricos son más cómodos que los de marca?</p> <p>a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No</p>					x
-----	--	--	--	--	--	----------

INDICADOR: MARKETING		1	2	3	4	5
-----------------------------	--	----------	----------	----------	----------	----------

14.	<p>¿Usted cree que la publicidad determina la compra de un medicamento genérico?</p> <p>a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No</p>					x
-----	--	--	--	--	--	----------

15.	<p>¿La exhibición de medicamentos genéricos en la farmacia o botica influye en la decisión de compra?</p> <p>a) Si b) La mayoría de veces si c) A veces d) La mayoría de veces no e) No</p>					x
-----	---	--	--	--	--	----------

PROMEDIO DE VALORACIÓN

Muy buena

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

Nombres y Apellidos : **Vicente Manuel Ayala Picoaga**
DNI N° : **29428478** Teléfono/Celular: **952887555**
Dirección domiciliaria : **Residencial Torres de Matellini Mz A Block 10 Dpto 201 Chorrillos**
Título Profesional : **QUIMICO FARMACEUTICO.**
Grado Académico : **Doctor**
Mención : **Salud Publica**



Firma

Lugar y fecha: Huancayo, 22 de marzo del 2023

FORMATO: B

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INFORME DE OPINIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Título de la Investigación : "FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS POR USUARIOS QUE ACUDEN A LA BOTICA SANNA DE LA MOLINA, LIMA 2023"
- 1.2. Nombre del instrumento : Cuestionario.
motivo de evaluación

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios	Deficiente				Baja				Regular				Buena				Muy Buena				
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado																			X		
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables																				X	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica																				X	
4. Organización	Existe una organización lógica																					X
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																					X
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación																					X
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos																					X
8. Coherencia	Entre los índices e indicadores																					X
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																					X
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación																					X

PROMEDIO DE VALORACIÓN

Muy buena

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

Nombres y Apellidos : **Vicente Manuel Ayala Picoaga**

DNI N°: **29428478** Teléfono/Celular: **952887555**

Dirección domiciliaria : **Residencial Torres de Matellini Mz A Block 10 Dpto 201 Chorrillos**

Título Profesional : **QUIMICO FARMACEUTICO.**

Grado Académico : **Doctor**

Mención : **Salud Publica**



Firma

Lugar y fecha: Huancayo, 22 de marzo del 2023

Anexo V: Fiabilidad estadística

*FIABILIDAD ALFA CRONBACH SPSS_CHIO_27.05.2023.spv [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana

Resultado

- Registro
- Fiabilidad
 - Título
 - Notas
 - Conjunto de datos
 - Escala: ALL VARI/
 - Título
 - Resumen de
 - Estadísticas
 - Estadísticas
 - Estadísticas
 - Estadísticas
- Registro

Resumen de procesamiento de casos

Casos	Válido	N	%
		30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
Total		30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,706	15

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
P1	5,00	,000	30
P2	2,53	1,717	30
P3	4,13	,973	30
P4	4,53	,973	30
P5	4,33	,994	30
P6	3,07	1,285	30
P7	4,33	,994	30
P8	4,10	1,094	30
P9	3,43	1,278	30
P10	2,40	1,380	30
P11	2,03	1,159	30

Fotos de la encuesta



