



Universidad Nacional
SAN LUIS GONZAGA



Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional

Esta licencia permite a otras distribuir, combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial y, a pesar que son nuevas obras deben siempre rendir crédito y ser no comerciales, no están obligadas a licenciar sus obras derivadas bajo los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>



UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA
FACULTAD DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA
EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD



CONSTANCIA

El que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al documento cuyo título de **Informe final de tesis** es:

Identificación y caracterización de los 50 medicamentos de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado. Ica 2022

Presentado por:

BENDEZU CALLAYE, FATIMA MARCELA

De la Facultad de **FARMACIA Y BIOQUÍMICA**. El resultado obtenido es **0%** por el cual se otorga el calificativo de:

APROBADO, según Reglamento de Evaluación de la Originalidad.

Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

Ica, 28 de Noviembre de 2023

.....
Dra. JOSÉFA BERTHA PARI OLARTE
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE INVESTIGACION
FACULTAD DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA

UNIVERSIDAD NACIONAL “SAN LUIS GONZAGA”

VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN

Facultad de Farmacia y Bioquímica



Identificación y caracterización de los 50 medicamentos de mayor venta
en un establecimiento farmacéutico privado. Ica 2022

Línea de Investigación

Salud Pública y Conservación del Medio Ambiente

INFORME FINAL DE TESIS

Autor

BACH. Bendezú Callaye Fátima Marcela

Ica - Perú

2023

DEDICATORIA

A mis padres por ser ese soporte y ayuda en los momentos difíciles. Y por siempre encontrar en sus abrazos ese cálido amor

AGRADECIMIENTOS

A Dios por permitirme dar este paso, y porque está en cada uno de ellos, a mis padres que me han dado pilares fundamentales en mi vida; que han sabido enseñarme a no rendirme, quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir un sueño más.

Asimismo mi asesora, Mg. Andrea Rita Chumbes Huamán, por la orientación y ayuda que me brindó para la realización de esta tesis, su tenacidad, lucha constante y el apoyo incondicional, atesorare con gran cariño cada una de sus enseñanzas.

Índice de contenidos

Portada	i
Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	9
II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA	19
2.1 Tipo y diseño de investigación	19
2.2 Población y muestra	19
2.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
2.4 Análisis de datos	20
2.5 Aspectos éticos	20
III. RESULTADOS	21
IV. DISCUSIÓN	45
V. CONCLUSIONES	48
VI. RECOMENDACIONES	49
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50
VIII. ANEXOS	53
8.1 Matriz de consistencia	53
8.2 Ficha de recojo de información	54
8.3 Validez y confiabilidad	56

Índice de tablas

Tabla 1. Características de los 25 medicamentos genéricos de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado	22
Tabla 2. Características de los 25 medicamentos de marca de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado	24
Tabla 3. Características de los 50 medicamentos de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado	27
Tabla 4. Medicamentos genéricos de mayor venta, según código ATC: grupo y subgrupo	29
Tabla 5. Medicamentos de marca de mayor venta, según código ATC: grupo y subgrupo	31
Tabla 6. Medicamentos de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado, según código ATC: grupo y subgrupo	34
Tabla 7. Medicamentos genéricos de mayor venta según indicación terapéutica general	37
Tabla 8. Medicamentos de marca de mayor venta según indicación terapéutica general	39
Tabla 9. Medicamentos de mayor venta según indicación terapéutica general	41
Tabla 10. Principios activos de los 25 medicamentos genéricos de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado	43
Tabla 11. Principios activos de los 25 medicamentos de marca de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado	44
Tabla 12. Principios activos de los 50 medicamentos de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado	45

Índice de figuras

Figura 1. Características de los 25 medicamentos genéricos de mayor venta	23
Figura 2. Características de los 25 medicamentos de marca de mayor venta	25
Figura 3. Características de los 25 medicamentos genéricos y los 25 de marca de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado	26
Figura 4. Características de los 50 medicamentos de marca de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado	28
Figura 5. Medicamentos genéricos de mayor venta, según código ATC: grupo principal	30
Figura 6. Medicamentos de marca de mayor venta, según código ATC: grupo principal	32
Figura 7. Medicamentos genéricos de mayor venta, según código ATC: grupo y subgrupo	33
Figura 8. Medicamentos de marca de mayor venta, según código ATC: grupo y subgrupo	33
Figura 9. Medicamentos de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado, según código ATC: grupo principal	35
Figura 10. Medicamentos de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado, según código ATC: grupo y subgrupo	36
Figura 11. Medicamentos genéricos de mayor venta según indicación o uso terapéutico	38
Figura 12. Medicamentos de marca de mayor venta según indicación o uso terapéutico	40
Figura 13. Medicamentos de mayor venta según indicación o uso terapéutico	42

RESUMEN

Título. Identificación y caracterización de los 50 medicamentos de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado. Ica 2022

Objetivo. Identificar cuáles son y cuáles son las características de los 50 medicamentos de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado. Ica 2022

Material y método. Investigación Cuantitativa. Diseño no experimental. Descriptivo, transversal. Medicamentos más vendidos en el establecimiento privado, periodo: agosto – diciembre 2022 (25 genéricos, 25 de marca). Muestreo no probabilístico. Análisis documental

Resultados y conclusiones. El 96.0% de los medicamentos genéricos, contenía un solo principio activo y se expendían con receta médica y el 92.0% eran de administración por vía oral. El 44.0% de los medicamentos de marca, eran monofármacos. El 60.0% se expendían sin receta médica y el 100.0% eran de administración oral. El mayor porcentaje de medicamentos vendidos corresponde actúan a nivel del sistema musculoesquelético (grupo M: 18.0%). Destacando el subgrupo M01A (18.0%) antiinflamatorios no esteroides. Son 18 las indicaciones o usos terapéuticos para los cuales se adquieren los medicamentos (genéricos y de marca), destacando que el 18.0% son antiinflamatorios no esteroides y 16.0% son analgésicos antipiréticos, en general un tercio de los principios activos adquiridos, están relacionados a afecciones dolorosas o inflamación.

Palabras clave. Medicamentos, genéricos, ventas, ATC.

ABSTRACT

Title. Identification and characterization of the 50 best-selling drugs in a private pharmaceutical establishment. Ica 2022

Objective. To identify what are and what are the characteristics of the 50 best-selling drugs in a private pharmaceutical establishment. Ica 2022

Material and Method. Quantitative research. Non-experimental design. Descriptive, cross-sectional. Most sold medicines in the private establishment, period: August - December 2022 (25 generic, 25 branded). Non-probabilistic sampling. Documentary analysis.

Results and conclusions. 96.0% of the generic drugs contained only one active ingredient and were dispensed with a prescription and 92.0% were administered orally. Forty-four percent of the brand-name drugs were monodrugs. Sixty percent were dispensed without a prescription and 100.0% were for oral administration. The highest percentage of drugs sold corresponded to the musculoskeletal system (group M: 18.0%). Of note is subgroup M01A (18.0%) non-steroidal anti-inflammatory drugs. There are 18 indications or therapeutic uses for which the drugs are acquired (generic and brand-name), with 18.0% being non-steroidal anti-inflammatory drugs and 16.0% being antipyretic analgesics; in general, one third of the active ingredients acquired are related to painful conditions or inflammation.

Key words. Drugs, generics, sales, AT

I. INTRODUCCIÓN.

Un medicamento genérico está "creado para ser el mismo que un medicamento de marca aprobado existente en forma de dosis, seguridad, potencia, administración, calidad y características de rendimiento" (Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos: FDA).¹ Los precios de los productos farmacéuticos genéricos han estado disminuyendo en medio del clamor público por el creciente costo de las prescripciones de medicamentos de marca.²

A nivel general, según las proyecciones se espera que el mercado mundial de medicamentos genéricos aumente de manera sustancial durante los años venideros. El bajo costo de los genéricos, como alternativa a los medicamentos de marca, es un factor importante que se espera impulse el crecimiento de la industria en un futuro próximo.

A las empresas que producen medicinas genéricas les resulta más fácil lanzar nuevos medicamentos a medida que los productos de origen han terminado el periodo de la patente y estos incluyen desde productos biológicos hasta sólidos orales, inyectables e inhaladores hasta medicamentos de venta libre (OTC).³

El crecimiento se puede atribuir principalmente al aumento de la población geriátrica, al aumento del número de medicamentos de marca que pierden sus patentes, al aumento de los casos de enfermedades crónicas y agudas, al aumento del gasto en investigación y desarrollo de las empresas biotecnológicas y farmacéuticas, y al menor costo de los productos farmacéuticos no patentados en comparación con los de marca.⁴

Los distintos medicamentos genéricos pueden tener un costo más bajo en comparación con los medicamentos de marca, ya que los fabricantes de genéricos no tienen que completar los ensayos clínicos que se requirieron para los productos de marca.⁵

El conocimiento sobre los medicamentos genéricos es un factor condicionante de la preferencia por comprar medicamentos genéricos. Cuanto mayor sea el conocimiento o la percepción positiva sobre los medicamentos genéricos, mayor será la preferencia por comprarlos.⁷

En general las percepciones sobre los medicamentos genéricos entre los pacientes o usuarios son diversas, la mayoría está de acuerdo en que los genéricos son menos costosos y tienen un mejor

valor que los medicamentos de marca, y son igual de seguros. Sin embargo, los porcentajes de aceptación son variados.

EL objetivo de estudio es, analizar las ventas de medicamentos genéricos y de marca, en un establecimiento farmacéutico privado, con el fin de conocer las preferencias de compra por tipo de medicamento, entendiéndose que éstas se relacionan con el concepto de aceptabilidad, una dimensión de acceso a los medicamentos que expresa el equilibrio entre las características de los productos y las expectativas y necesidades de los usuarios.⁷

1.1 Situación problemática

Los medicamentos genéricos generalmente tienden a tener una mayor cuota de mercado en términos de volumen de ventas en comparación con los medicamentos de marca. Esto se debe en gran parte a la ventaja de precios más bajos, lo que los hace más asequibles y accesibles para un número mayor de pacientes. Sin embargo, en términos de ingresos generados, los medicamentos de marca a menudo tienen una participación significativamente mayor debido a sus precios más altos. Aunque los medicamentos genéricos tienen precios más bajos y, por lo tanto, generan menos ingresos por unidad, la suma total de ventas de medicamentos genéricos todavía puede ser considerable debido a su volumen de ventas más alto.

Algunos medicamentos de marca específicos pueden mantener una cuota de mercado significativa debido a factores como el reconocimiento de la marca, la lealtad del paciente o la falta de equivalentes genéricos disponibles. Sin embargo, cabe destacar que la situación puede variar dependiendo de la región, el país y el tipo de medicamento. Y así lo demuestra el estudio realizado por Álvarez y González⁶ quienes comparan los costos de medicamentos en las seis principales economías de América Latina. La comparación se lleva a cabo tanto a nivel mayorista como minorista, considerando los tipos de medicamentos: innovadores, similares y genéricos. En términos globales y en la dispensación de farmacias, la jerarquía de precios, desde el más bajo hasta el más alto, es la siguiente: en primer lugar, Perú; en segundo lugar, México; en tercer lugar, Argentina; en cuarto lugar, Chile; en quinto lugar, Colombia; y en sexto lugar, Brasil. Respecto a los medicamentos innovadores, Argentina y Perú registran los valores más bajos. En el caso de medicamentos similares, México y Argentina muestran los costos más económicos, mientras que para genéricos puros, los precios más asequibles corresponden a Perú y Chile.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuáles son y cuáles son las características de los 50 medicamentos de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado - Ica 2022?

1.2.2 Problemas específicos

- a) ¿Cuáles son los principios activos de los 25 medicamentos genéricos y 25 medicamentos de marca, de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado?
- b) ¿Cuál es la clasificación anatómica terapéutica química de los 25 medicamentos genéricos y 25 medicamentos de marca, de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado?
- c) ¿Cuáles son las indicaciones terapéuticas de los de los 25 medicamentos genéricos y 25 medicamentos de marca, de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado?
- d) ¿Cuáles son las características de los 50 medicamentos genéricos y de marca, de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Identificar cuáles son y cuáles son las características de los 50 medicamentos de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado. Ica 2022.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Determinar cuáles son los principios activos de los 25 medicamentos genéricos y 25 medicamentos de marca, de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado.
- b) Categorizar según la clasificación anatómica terapéutica química, los 25 medicamentos genéricos y 25 medicamentos de marca, de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado.

- c) Determinar las indicaciones terapéuticas de los de los 25 medicamentos genéricos y 25 medicamentos de marca, de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado
- d) Determinar cuáles son las características de los 50 medicamentos genéricos y de marca, de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado

1.4 Delimitación del área de estudios

Delimitación geográfica:

El estudio se llevó cabo el distrito de La Tinguiña, en la ciudad de Ica

Delimitación demográfica:

Se consideraron las ventas de medicamentos en un establecimiento privado. Ámbito de influencia, pobladores del distrito de La Tinguiña.

Delimitación temporal:

El estudio se realizó durante el periodo agosto – diciembre 2022 (recojo de datos) y 2023, análisis de la información.

1.5 Antecedentes.

1.5.1 Antecedentes internacionales.

Guttier MC, 2017, en su investigación identificó los factores asociados con la preferencia por comprar medicamentos genéricos en un municipio mediano del sur de Brasil. Métodos: Estudio transversal basado en la población realizado en 2012 con una muestra de 2.856 adultos (≥ 20 años). La preferencia por comprar medicamentos genéricos fue el resultado principal. Las variables explicativas fueron las variables demográficas y socioeconómicas. Resultados: La preferencia por la compra de medicamentos genéricos fue del 63,2 % (IC del 95 % de 61,4 a 64,9). Las variables correlacionadas con esta preferencia en los modelos totalmente ajustados fueron: hombre (relación de prevalencia [PR] = 1,08; IC del 95% 1,03–1.14), edad de 20 a 39 años (PR = 1,10; IC del 95 % 1,02–1,20), bajo estado socioeconómico (PR = 1,15; IC del 95 % 1,03–1,28). Entre los que prefirieron comprar medicamentos genéricos, el 55,1 % ha informado que ha aceptado reemplazar el medicamento recetado (si no un

genérico) por el medicamento genérico equivalente. Otro correlato de la preferencia por comprar medicamentos genéricos fue porque las personas consideran que su calidad es equivalente a los medicamentos de referencia (PR = 2,15; IC del 95 % 1,93-2,1). Conclusiones: El conocimiento sobre los medicamentos genéricos era el principal correlato de la preferencia por comprar medicamentos genéricos. Cuanto mayor sea el conocimiento o la percepción positiva sobre los medicamentos genéricos, mayor será la preferencia por comprarlos.⁷

Chen J, 2018, en el estudio: Impacto de la entrada de medicamentos genéricos en las acciones de mercado y los precios de los medicamentos de marca: evidencia del mercado farmacéutico chino, analiza cómo las cuotas de mercado y los precios de los medicamentos de marca se ven afectados por la competencia genérica. Métodos: El análisis se basó en microdatos de 27 medicamentos originales diferentes, que experimentaron una entrada genérica inicial entre 2006 y 2016. Los datos trimestrales de utilización y gasto se derivaron de China Medicine Economic Information (CMEI), una gran base de datos de registros de adquisición de medicamentos que cubre 699 hospitales terciarios (que representan el 40% de todos los hospitales terciarios) a través de 28 provincias de China continental. Compararon el cambio de cuota de mercado y el precio de los medicamentos de marca después de la entrada genérica. Resultados: 15 de los 27 medicamentos de marca mantuvieron más del 70% de cuota de mercado (6 medicamentos de marca que ocupan más del 90 % de cuota de mercado) después de ocho trimestres después de la primera entrada genérica. 25 Empresas de marca bajaron los precios con una disminución promedio de precios del 0,03% ocho trimestres después de que apareciera el primer competidor genérico, mientras que en 2 casos los precios aumentaron GLM mostró que el número de fabricantes genéricos y el intervalo de tiempo de la primera entrada genérica mostraron una relación negativa con la proporción del medicamento de marca fuera de patente ($P < 0,01$; $P < 0,01$). La regresión también mostró que el número de fabricantes genéricos y el intervalo de tiempo de la primera entrada genérica no estaban significativamente asociados con los precios de la marca ($P = 0,61$; $P = 0,42$). Conclusiones: Los resultados mostraron que había una penetración relativamente baja en el mercado de medicamentos genéricos en China. No hubo un cambio estadísticamente significativo en los precios de las marcas cuando comenzó la competencia genérica. La falta de competencia genérica puede conducir a un aumento de los costos en el mercado farmacéutico chino.⁸

Kleinstäuber M, 2018, en el estudio: Características de las personas que prefieren el innovador de marca a los medicamentos genéricos: una encuesta de población general

de Nueva Zelanda, examinó las diferencias entre los individuos que prefieren medicamentos innovadores de marca en comparación con los individuos que prefieren medicamentos genéricos o que no tienen preferencia. Métodos: Muestra representativa de la población general ($n = 1000$) mediante marcación aleatoria de dígitos. Entrevista telefónica, se preguntó a los participantes sobre sus preferencias y actitudes hacia los medicamentos innovadores frente a los genéricos, la sensibilidad percibida a los medicamentos, los síntomas recientes y otras variables clínicas, como el número de visitas al médico general y el comportamiento de búsqueda de información relacionada con los medicamentos. Resultados: Las personas que prefieren medicamentos innovadores de marca informaron niveles más bajos de educación, actitudes más negativas hacia los medicamentos genéricos, mayor sensibilidad percibida a los medicamentos, una mayor carga de síntomas y visitas más frecuentes al médico de cabecera. El análisis multivariado confirmó que la etnia no europea de Nueva Zelanda y que no tienen una prescripción actual de medicamentos se asocia significativamente con una preferencia por medicamentos de marca. Conclusiones. Los médicos deben ser especialmente conscientes de que la preferencia por una medicina innovadora de marca es mayor en pacientes con menor educación, mayor sensibilidad percibida a los medicamentos, mayores niveles de carga de síntomas, mayores niveles de utilización de la asistencia sanitaria y que actualmente no toman ningún medicamento recetado.⁹

Alam M, 2019, en el artículo: Percepción de los pacientes hacia medicamentos de marca y genéricos en una economía emergente: un estudio de desarrollo y validación a escala, menciona que, la forma de establecer medicamentos genéricos en el mercado, es esencial en la aceptabilidad de los pacientes. Sin embargo, con el advenimiento de la era de la información, los pacientes ahora se están volviendo más conscientes y conscientes de los medicamentos genéricos, y hay una mejora en la aceptabilidad de los medicamentos genéricos. Por lo tanto, la medición de su percepción hacia los medicamentos genéricos se convierte en un tema importante para varias partes interesadas del mundo médico: médicos, gobiernos, compañías farmacéuticas y químicos.¹⁰

Sestino A, 2022, En su investigación tuvo como finalidad, explorar el papel de la gravedad percibida de la enfermedad en la preferencia de los consumidores por los medicamentos genéricos frente a los de marca. Métodos: Estudio exploratorio basado en un análisis cuantitativo con una muestra de 100 participantes a los que se les han presentado dos escenarios diferentes: uno relacionado con una enfermedad más grave

(como en la enfermedad cardiológica) y otro relacionado con una enfermedad menos grave (como en la gripe estacional). Este documento consideró a Italia como un entorno de investigación en el que la reciente prescripción obligatoria del ingrediente activo por parte de los médicos deja la decisión final de compra en manos de los consumidores. Resultados: A pesar de que, los consumidores son libres de elegir si comprar un ingrediente activo recetado de marca o un genérico, su elección está impulsada principalmente por el papel de la marca. La intención de los consumidores de comprar medicamentos genéricos es mayor en el caso de enfermedades percibidas como menos graves, mientras que la intención de comprar medicamentos de marca es mayor en el caso de enfermedades percibidas como más graves. Conclusiones: Este estudio contribuye a la investigación y la práctica de marketing al proponer que la gravedad percibida por los consumidores de su enfermedad debe considerarse como un factor adicional para identificar nuevas estrategias de marketing en aquellos contextos en los que la elección entre medicamentos de marca o genéricos es libre.¹¹

1.5.2 Antecedentes nacionales

Benito M, Quispe R. 2021, en su tesis señalan como objetivo, determinar el nivel de aceptación y disponibilidad de medicamentos genéricos por parte de los usuarios que acuden a la botica Kristel Ate - Vitarte Lima en julio de 2021. Métodos: Estudio transversal no experimental con enfoque cuantitativo, nivel correlacional. Técnica: encuesta. Resultados y conclusiones: en relación a los medicamentos genéricos, disponibilidad: 71,4%. El 83,0% no está seguro de los medicamentos genéricos, el 76,7% no está seguro de sus acciones, el 73,2% nunca recibe información sobre medicamentos genéricos, el 51,8% a veces utiliza este tipo de medicamentos, el 71,4% está satisfecho cuando son prescritos, el 76,8% compra íntegramente medicamentos genéricos de su receta médica.¹²

López D, 2018, en su tesis de Maestría, tuvo como objetivo determinar los factores que influyen en la adquisición de medicamentos genéricos y/o de marca en la farmacia de la clínica San Juan de Dios Cusco. Métodos, investigación descriptiva, transversal, Técnica, fue a través de encuestas. Muestreo no probabilístico, 70 usuarios encuestados. Resultados y conclusiones: Como factor interno (47%); el conocimiento de los usuarios es determinante en la aceptación de los medicamentos genéricos, seguido de la edad con un 31% y las creencias con un 21%. Así también se observa que, dentro de 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.¹³

Huayama B, et al. 2022, en su tesis planteó como objetivo: Determinar el grado de aceptación de medicamentos genéricos y de marca en el tratamiento del covid-19. Métodos, cualitativo, descriptivo y transversal, diseño no experimental. Muestra, 200 residentes de la Urbanización Canto Rey de San Juan de Lurigancho, que adquieren medicamentos para el tratamiento del covid-19. Instrumento, cuestionario para la aceptación de medicamentos genéricos y medicamentos de marca. Resultados: Existen diferencias entre la evaluación de aceptación de medicamentos genéricos versus medicamentos de marca en el tratamiento del COVID-19, de los residentes de la Urbanización Canto Rey, San Juan de Lurigancho, 2021. Conclusiones, los residentes de la Urbanización Canto Rey tienen un alto grado de aceptación de los medicamentos genéricos como de los medicamentos de marca utilizados para el tratamiento del COVID-19. El mayor grado de aceptación lo tienen los medicamentos genéricos.¹⁴

1.6. Justificación e importancia

Debido a las percepciones o experiencias pasadas con medicamentos genéricos, algunos consumidores continúan usando medicamentos de marca a pesar de la diferencia en el costo.⁶ Lo anterior puede conducir a un aumento en el gasto de los consumidores, la insatisfacción del paciente y, en última instancia, a una disminución en la adherencia.

Se justifica la investigación, considerando que los Químicos-Farmacéuticos deben educar en lo referente a medicamentos genéricos y medicamentos de marca o ingredientes inactivos frente a ingredientes activos con los pacientes. Es una labor vital en la búsqueda del cumplimiento terapéutico, la satisfacción, y la calidad de vida del paciente.

Es importante la intervención educativa, la calidad de la información puede ayudar a superar percepciones erróneas y barreras que limitan la prescripción y uso de medicamentos genéricos.

Educar a los pacientes puede ayudar a los usuarios a tomar decisiones informadas y pueden influir en sus preferencias personales por el uso de medicamentos genéricos, lo que podría conducir a un mejor cumplimiento terapéutico

1.7. Hipótesis y variables

Siendo un estudio descriptivo, se prescinde de la formulación de hipótesis.¹⁵

Variables en estudio.

50 medicamentos de mayor venta: 25 medicamentos genéricos y 25 medicamentos de marca

- Dimensiones:
- Clasificación Anatómica terapéutica química
 - Indicación terapéutica
 - Características:
 - Principio activo
 - Monofármaco, polifármaco
 - Condición: con receta, sin receta
 - Vía de administración

Variable interviniente.

Establecimiento Farmacéutico privado: Botica Perú – Farma

Se expone el informe final en ocho segmentos, siguiendo las directrices estipuladas en las normas correspondientes:

- I. Introducción. Es la presentación inicial, el inicio del informe final definitivo, se relaciona la problemática actual, se resalta la importancia y se exponen ciertas bases teóricas sobre los medicamentos genéricos y de marca. Se analizan antecedentes recientes relacionados que respaldan la investigación. Además, se establecen los objetivos generales y específicos, la importancia de la investigación.
- II. Estrategia metodológica. Al presentar el enfoque empleado, se fundamentan las particularidades del estudio cuantitativo y de diseño no experimental, dado que no se manipulan variables, y se describen los eventos tal como ocurrieron en la realidad. Se utilizó el enfoque documental y el análisis de documentación oficial, es decir, documentos generados después de la dispensación correspondiente.
- III. Resultados. Los datos cuantificados y analizados se presentan en tablas, se utilizó la hoja de cálculo Excel, ampliamente empleada en el procesamiento de datos y su organización sistemática, también fue importante en la generación de los gráficos que complementan la información de las tablas.
- IV. Discusión. En este segmento se aporta una interpretación de los resultados, teniendo en cuenta que la identificación de los medicamentos de mayor salida o venta en un establecimiento farmacéutico es fundamental para asegurar una provisión segura, eficaz y de alta calidad. Se comparan los resultados obtenidos con investigaciones similares. La comprensión de los resultados contribuirá a mejorar la calidad de la atención,

asimismo podría favorecer la adherencia terapéutica fomentando una optimización de los resultados de salud.

- V. Conclusiones. Se presentan de acuerdo a lo establecido de manera puntual y relacionada con los objetivos planteados.
- VI. Recomendaciones. Se proponen las recomendaciones, derivadas del análisis de la discusión y coherentes con los objetivos.
- VII. Referencias bibliográficas. Se citan las fuentes utilizadas en la elaboración y procesamiento del informe final.
- VIII. Anexos. Documentos que complementan la presentación del informe final.

II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA.

2.1 Tipo y diseño de investigación.

Investigación Cuantitativa.¹⁵

La investigación cuantitativa analiza las variables en un determinado contexto, posteriormente de las mediciones obtenidas utilizando y métodos estadísticos se extraen conclusiones objetivas.

Diseño.

No experimental. Descriptivo, transversal.¹⁵

El diseño no experimental, comprende la no manipulación de variables y la observación de los hechos en el entorno natural para después analizarlos.

Un estudio descriptivo transversal es aquél en que, la información es recolectada sin cambiar el entorno, su propósito es describir variables y analizar su incidencia o presentación en un momento dado.

2.2 Población y muestra

Población.

Medicamentos más vendidos en el establecimiento privado, periodo: agosto – diciembre 2022

Muestra.

25 medicamentos genéricos de mayor venta en el establecimiento privado, periodo: agosto – diciembre 2022

25 medicamentos de marca registrada de mayor venta en el establecimiento privado, periodo: agosto – diciembre 2022

Muestreo no probabilístico.^{15, 17}

Criterios de inclusión:

Medicamentos genéricos y de marca que estén incluidos dentro de los 50, de mayor venta.

Medicamentos que hayan sido vendidos en el periodo: agosto – diciembre 2021

Criterios de exclusión:

Medicamentos genéricos y de marca que no estén incluidos entre los 50 de mayor venta.

Medicamentos que hayan sido vendidos en periodo distinto a: agosto – diciembre 2021.

2.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica.

Análisis documental.¹⁷ Análisis e interpretación de datos secundarios; datos de las ventas realizadas en el periodo correspondiente (datos digitales y/o Kardex del establecimiento privado).

Instrumentos.

Ficha de recolección de datos, donde se consignará los datos digitales y/o kardex del establecimiento de salud.

Procedimiento

Se tomó en cuenta las ventas de medicamentos en el periodo de estudio, de ellos se seleccionaron los 50 de mayor venta, considerando 25 medicamentos genéricos, y 25 medicamentos de marca. Se procedió al análisis considerando la denominación común internacional, principios activos, presentación, grupos farmacológicos/terapéuticos, clasificación anatómica terapéutica química

2.4 Análisis de los datos.

Se utilizó la hoja de cálculo excel como herramienta para organizar información y automatizar tareas (tablas, gráficos). Se presentan los resultados considerando distribución de frecuencias, porcentajes. En lo que corresponda se analizarán estadísticamente los resultados.

2.5 Aspectos éticos

Se siguieron las consideraciones éticas de toda investigación. Los resultados son producto del análisis de datos oficiales del establecimiento farmacéutico. Se presentan los resultados de manera ética y objetiva,

III. RESULTADOS

Tabla 1. Características de los 25 medicamentos genéricos de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado

Características		Frecuencia	%	IC: 95%
Total		25	100.0 %	
Principios activos	Uno	24	96.0	80.46 – 99.29
	Dos o más	1	4.0	0.7 – 19.54
Receta	Si	24	96.0	80.46 – 99.29
	No	1	4.0	0.7 – 19.54
Administración	Vía oral	23	92.0	75.23 – 97.78
	Inyectable	2	8.0	2.22 – 24.97

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 1, se presentan las principales características de los 25 medicamentos genéricos de mayor venta.

Cada medicamento genérico que conforma la lista de los más vendidos conforma una unidad de análisis, independientemente si el principio activo es el mismo, la diferencia puede ser la forma farmacéutica (tabl, iny), diferencia en concentración (mg).

El 96.0% de los medicamentos genéricos analizados, contenía un solo principio activo (monofármaco) y se expendían con receta médica y el 92.0% eran de administración por vía oral. Las diferencias son significativas considerando los indicadores de cada una de las características analizadas (IC 95%)

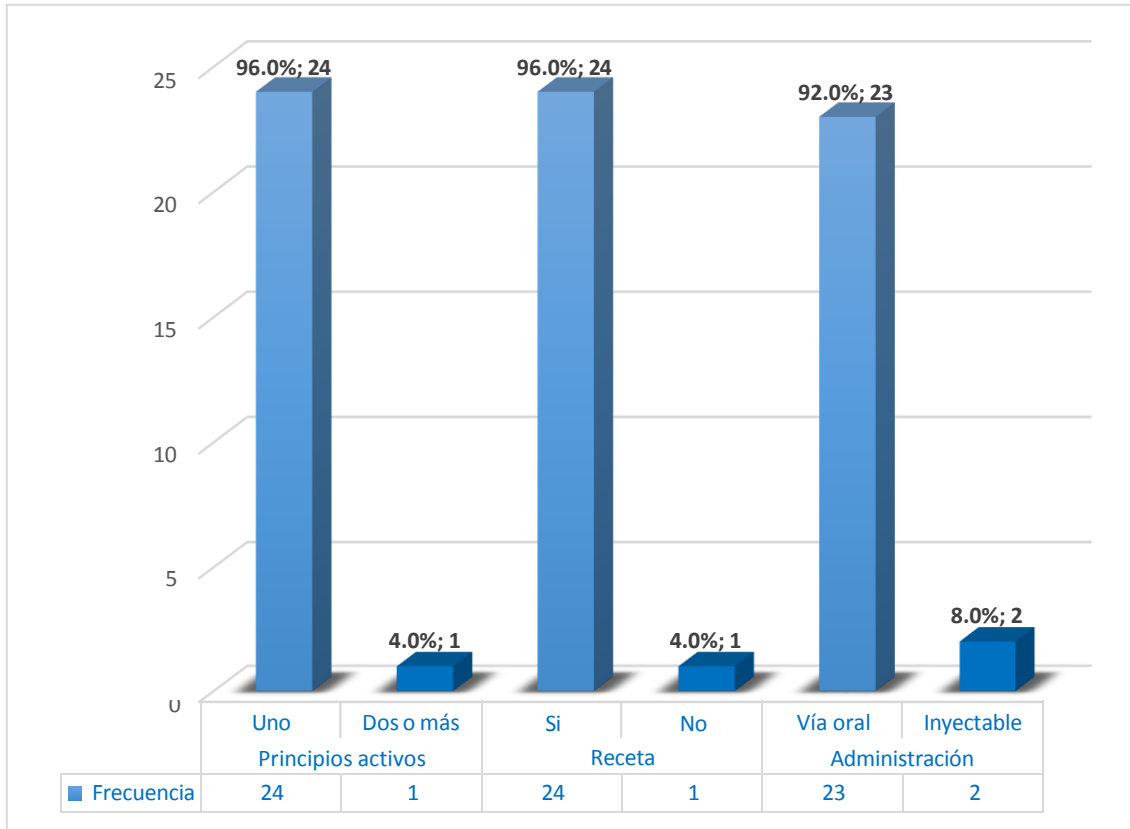


Figura 1. Características de los 25 medicamentos genéricos de mayor venta.

Tabla 2. Características de los 25 medicamentos de marca de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado

Características		Frecuencia	%	IC 95%
Total		25	100.0 %	
Principios activos	Uno	11	44.0	26.67 – 62.93
	Dos o más	14	56.0	37.07 – 73.33
Receta	Si	10	40	23.40 – 59.26
	No	15	60	40.74 – 76.60
Administración	Vía oral	25	100.0	--
	Inyectable	0	0.0	--

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 2, se presentan las principales características de los 25 medicamentos de marca de mayor venta.

Cada medicamento de marca que conforma la lista de los más vendidos es una unidad de análisis, de manera independiente si el principio activo es el mismo, la diferencia entre los productos es la marca registrada, ej., Apromedix®; Apronax®.

El 44.0% (IC 95%: 26.67 – 62.93) de los medicamentos de marca analizados, contenía un solo principio activo (monofármaco). El 60.0% (IC 95%: 40.74 – 76.60) se expendían sin receta médica y el 100.0% eran de administración oral. Entre los indicadores de cada rubro analizado no existen diferencias significativas (IC 95%)

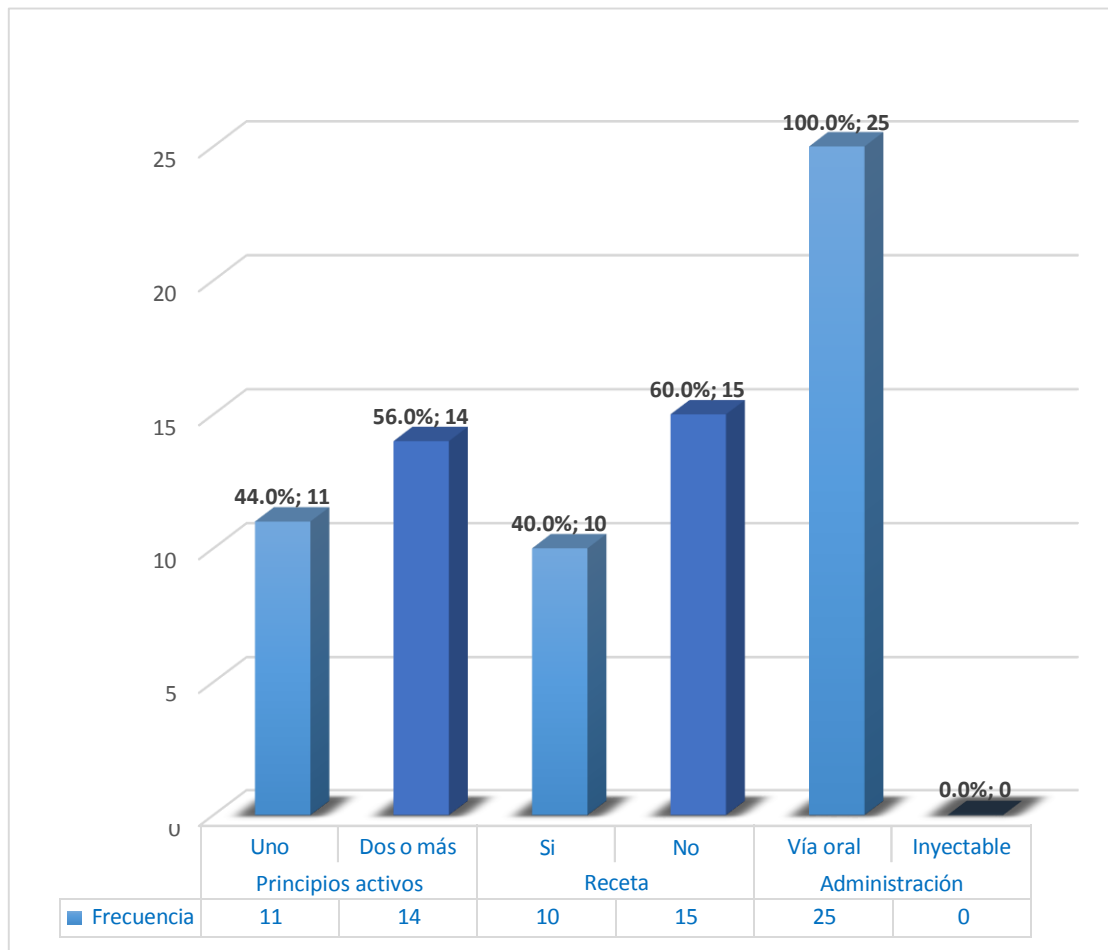


Figura 2. Características de los 25 medicamentos de marca de mayor venta.

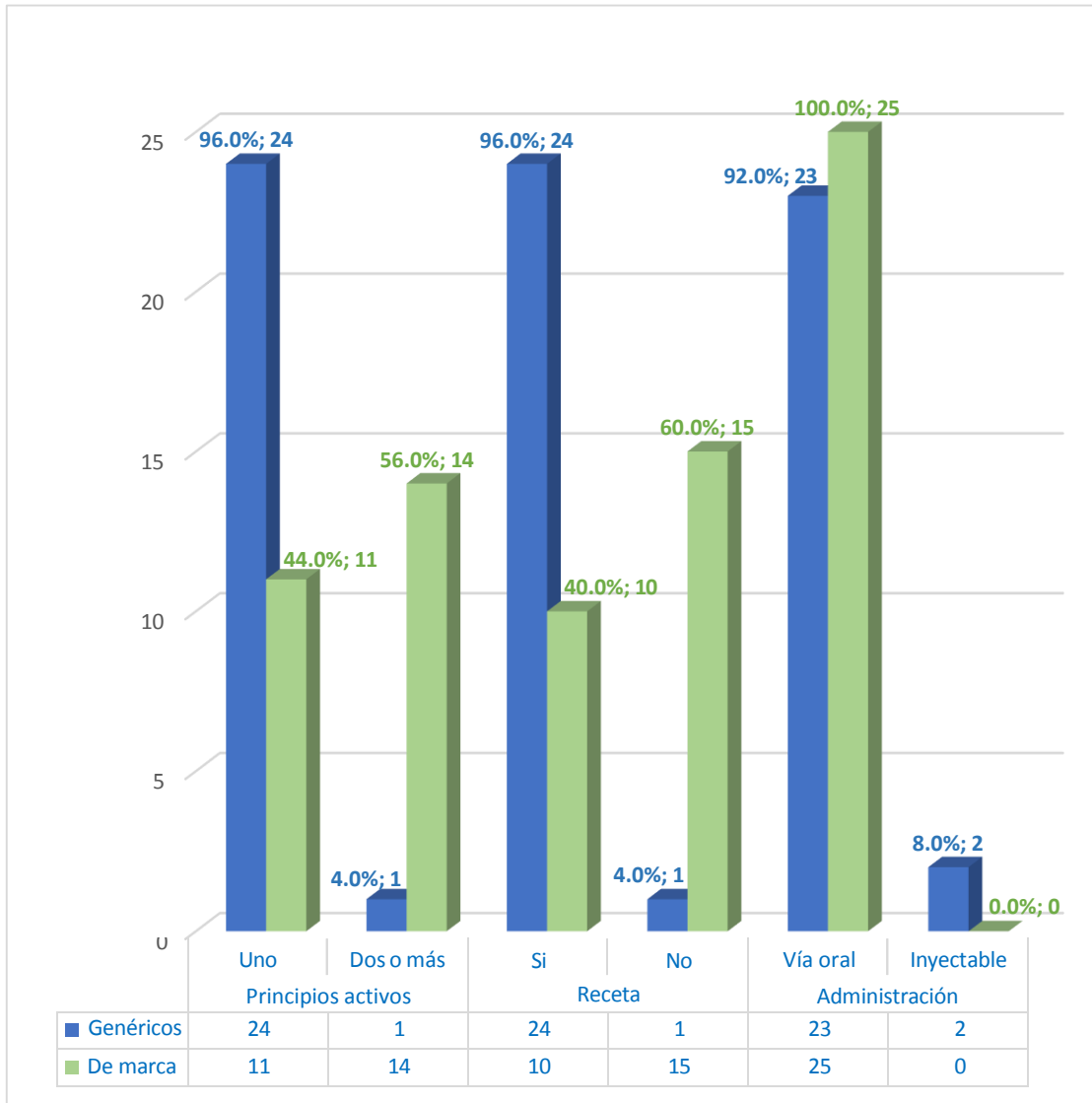


Figura 3. Características de los 25 medicamentos genéricos y los 25 de marca de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado

Tabla 3. Características de los 50 medicamentos de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado

Características		Frecuencia	%	IC: 95%
Total		50	100	
Principios activos	Uno	35	70.0	56.25 – 80.90
	Dos o más	15	30.0	19.10 – 43.75
Receta	Si	34	68.0	54.19 – 79.24
	No	16	32.0	20.76 – 45.81
Administración	Vía oral	48	96.0	86.54 – 98.90
	Inyectable	2	4.0	1.10 – 13.46

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3, se analizan los 50 medicamentos de mayor venta, de acuerdo a sus características.

35 de ellos (70.0%) eran monofármacos y 15 (30.0%) contenían en su presentación 2 o más principios activos.

El 68.0% necesitaban para su expendio, la receta médica el 32.0% eran de venta libre. El 96.0% se administraban por vía oral y solo el 4.0% se administraban vía parenteral.

En todos los casos las diferencias son significativas entre los indicadores de cada rubro.

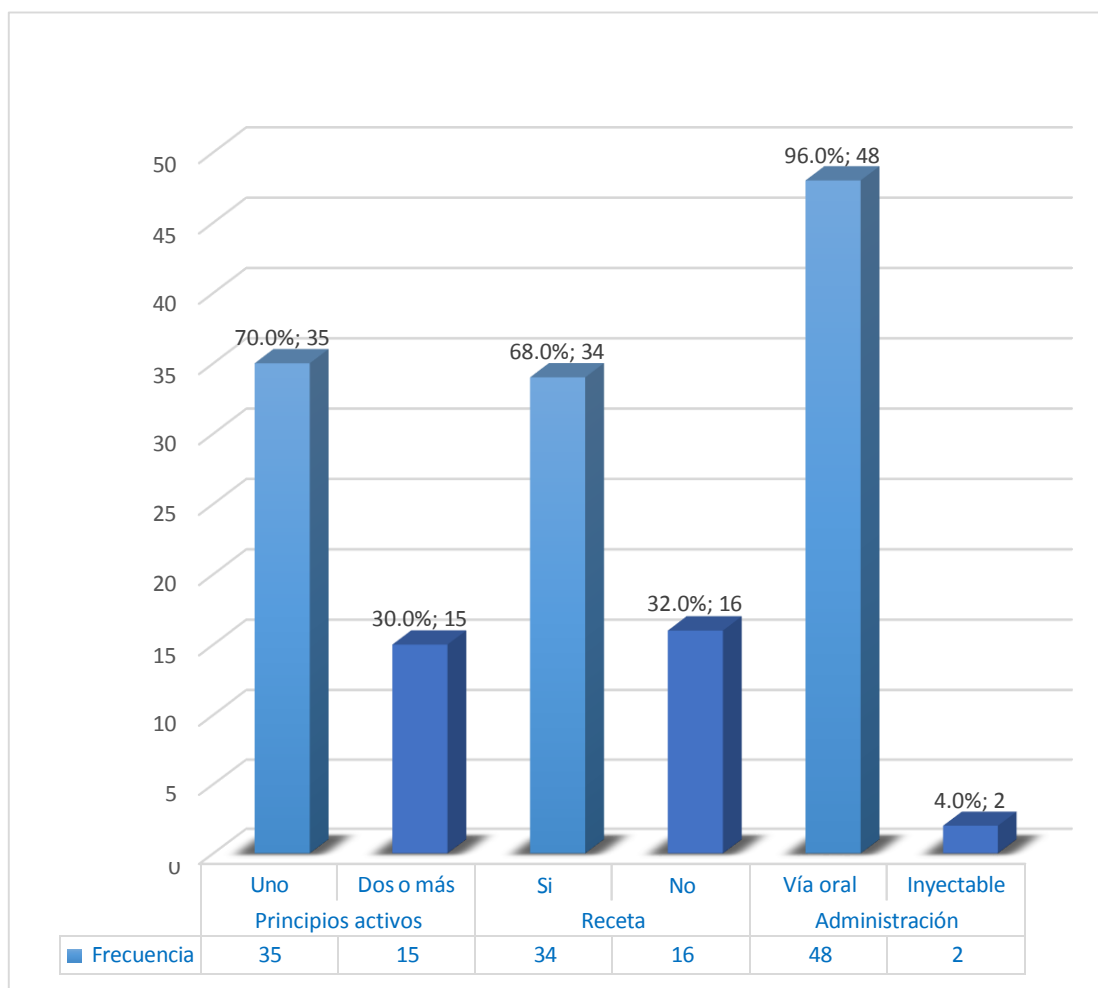


Figura 4. Características de los 50 medicamentos de marca de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado

Tabla 4. Medicamentos genéricos de mayor venta, según código ATC: grupo y subgrupo

Grupo	Nº	%	Subgrupo	F	%
A (Tracto alimentario y metabolismo)	2	8.0	A02B Preparados para la úlcera péptica y reflujo gastroesofágico	1	4.0%
			A10B Hipoglicemiantes orales	1	4.0%
C (Sistema cardiovascular)	4	16.0	C09A Inhibidores de la ECA	2	8.0%
			C09C Antagonistas de la angiotensina	1	4.0%
			C10A Reductores del colesterol y TG	1	4.0%
G (Sistema genitourinario)	2	8.0	G04B Otros productos de uso urológico	2	8.0%
H (Preparados hormonales sistémicos)	3	12.0	H02A Corticosteroides para uso sistémico	3	12.0%
J (Antiinfecciosos sistémicos)	5	20.0	J01C Antibacterianos betalactámicos: penicilinas	3	12.0%
			J01F Macrólidos, lincosamidas	2	8.0%
M (Sistema musculoesquelético)	4	16.0	M01A Antiinflamatorios no esteroideos	4	16.0%
N (Sistema nerviosos)	1	4.0	N02B Otros analgésicos y antipiréticos	1	4.0%
R (Sistema respiratorio)	4	16.0	R05C Expectorantes	1	4.0%
			R06A Antihistamínicos para uso sistémico	3	12.0%
Total	25	100%		25	100.0%

Fuente: Elaboración propia

La tabla 4 presenta los medicamentos genéricos según la clasificación anatómica-terapéutica-química (ATC) (grupo y subgrupo), el mayor porcentaje de medicamentos genéricos vendidos corresponde al grupo J, de antiinfecciosos sistémicos (20.0%), de ellos, los de mayor venta corresponden al subgrupo J01F que corresponde a los antibióticos betalactámicos. Considerando subgrupos, se tiene que destaca M01A (16.0%), que corresponde a antiinflamatorios no esteroideos. Otros grupos porcentualmente importantes son aquellos que actúan a nivel del sistema cardiovascular (grupo C: 16.0%), sistema musculoesquelético (grupo M: 16.0%), y aquellos que actúan a nivel del sistema respiratorio (16.0%).

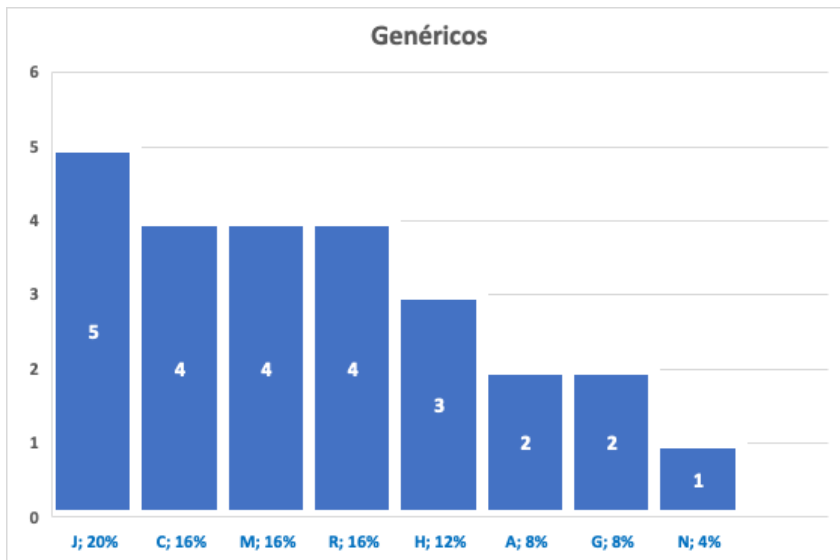


Figura 5. Medicamentos genéricos de mayor venta, según código ATC: grupo principal.

Tabla 5. Medicamentos de marca de mayor venta, según código ATC: grupo y subgrupo

Grupo	Nº	%	Subgrupo	F	%
A	5	20	A03D Antiespasmódicos	2	8.0%
			A06A Laxantes	1	4.0%
			A07B Adsorbentes intestinales	1	4.0%
			A07D Antipropulsivos	1	4.0%
G	2	8	G02C Otros productos ginecológicos	1	4.0%
			G03A Anticonceptivos hormonales, uso sistémico	1	4.0%
H	4	16	H02A Corticosteroides para uso sistémico	1	4.0%
			HV03 Todos los demás productos terapéuticos	3	12.0%
J	1	4	J01E Sulfonamidas y trimetoprima	1	4.0%
M	5	20	M01A Antiinflamatorios no esteroideos	5	20.0%
N	7	28	N02B Otros analgésicos y antipiréticos	7	28.0%
R	1	4	R06A Antihistamínicos para uso sistémico	1	4.0%
Total	25	100.0%		25	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 5 entre los medicamentos de marca según clasificación ATC, el mayor porcentaje de medicamentos vendidos corresponde al grupo N, medicamentos que actúan a nivel del sistema nervioso (28.0%), de ellos los de mayor venta corresponden al subgrupo N02B que corresponde a otros analgésicos y antipiréticos, en este subgrupo encontramos al paracetamol y sus combinaciones. Otros grupos porcentualmente importantes son aquellos que actúan a nivel del sistema musculoesquelético (grupo M: 20.0%), y a nivel del tracto digestivo y metabolismo (grupo A: 20.0%)

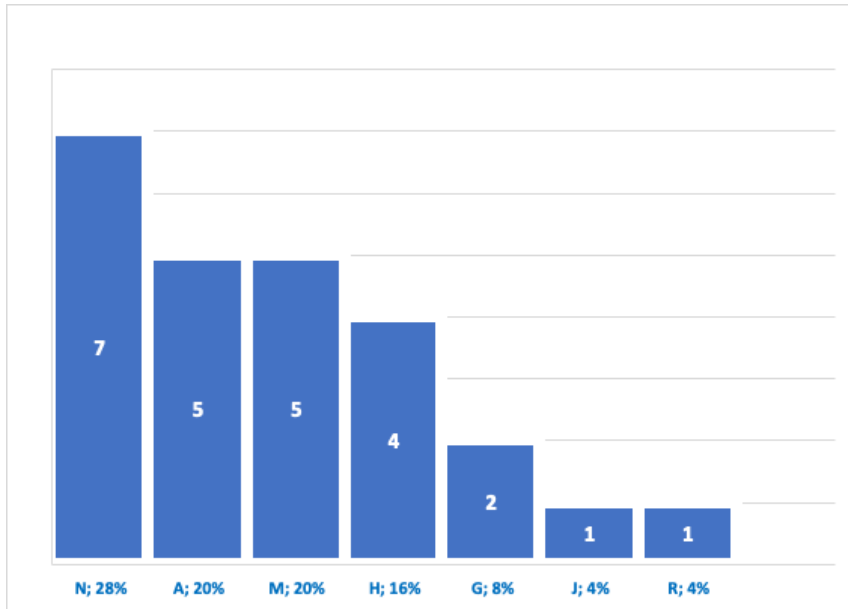


Figura 6. Medicamentos de marca de mayor venta, según código ATC: grupo principal.

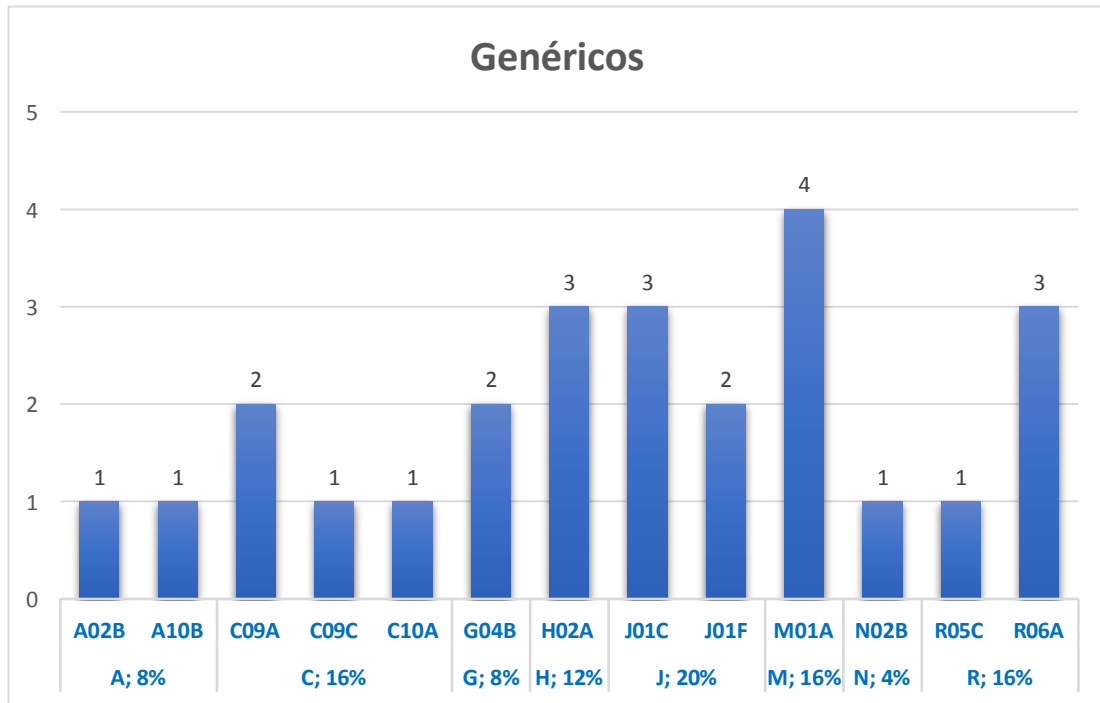


Figura 7. Medicamentos genéricos de mayor venta, según código ATC: grupo y subgrupo.

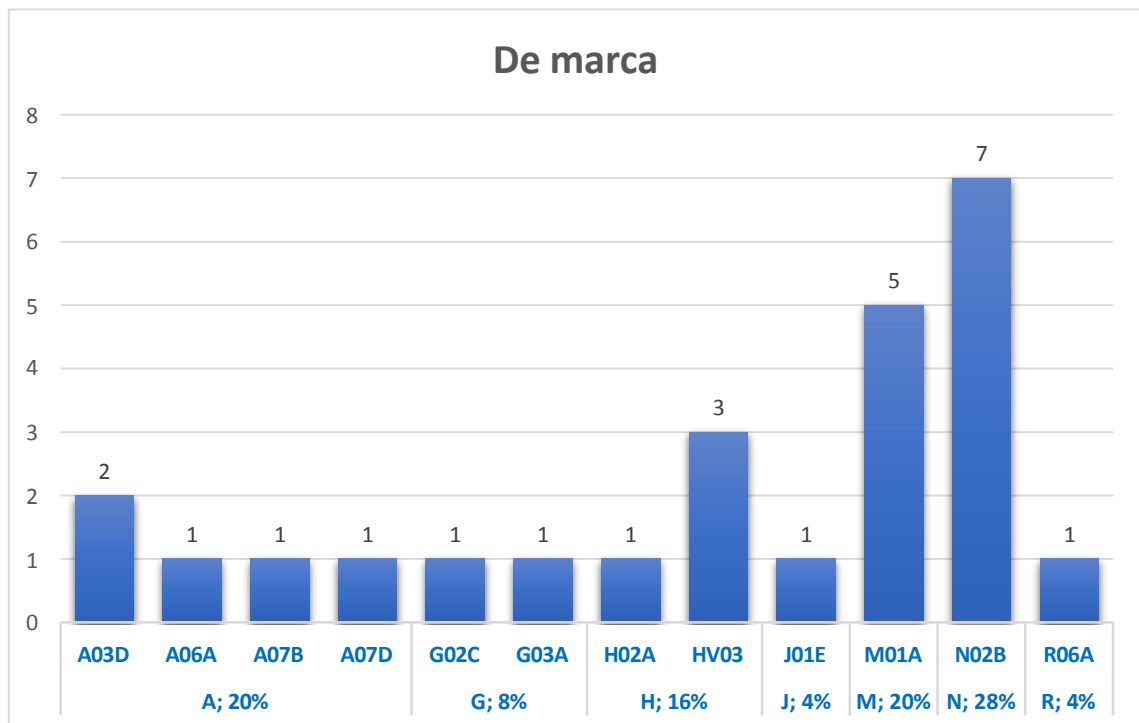


Figura 8. Medicamentos de marca de mayor venta, según código ATC: grupo y subgrupo.

Tabla 6. Medicamentos de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado, según código ATC: grupo y subgrupo

Grupo	Nº	%	Subgrupo	F	%
A	7	14.0	A02B Preparados para la úlcera péptica y reflujo gastroesofágico	1	2.0%
			A03D Antiespasmódicos	2	4.0%
			A06A Laxantes	1	2.0%
			A07B Adsorbentes intestinales	1	2.0%
			A07D Antipropulsivos	1	2.0%
			A10B Hipoglicemiantes orales	1	2.0%
			C	4	8.0
C09C Antagonistas de la angiotensina	1	2.0%			
C10A Reductores del colesterol y triglicéridos	1	2.0%			
G	4	8.0	G02C Otros productos ginecológicos	1	2.0%
			G03A Anticonceptivos hormonales, uso sistémico	1	2.0%
			G04B Otros productos de uso urológico	2	4.0%
H	7	14.0	H02A Corticosteroides para uso sistémico	4	8.0%
			HV03 Todos los demás productos terapéuticos	3	6.0%
J	6	12.0	J01C Antibacterianos betalactámicos: penicilinas	3	6.0%
			J01E Sulfonamidas y trimetoprima	1	2.0%
			J01F Macrólidos, lincosamidas	2	4.0%
M	9	18.0	M01A Antiinflamatorios no esteroideos	9	18.0%
N	8	16.0	N02B Otros analgésicos y antipiréticos	8	16.0%
R	5	10.0	R05C Expectorantes	1	2.0%
			R06A Antihistamínicos para uso sistémico	4	8.0%
Total	50	100.0%		50	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Según tabla 6, de los 50 medicamentos de mayor venta según clasificación ATC, el mayor porcentaje de medicamentos vendidos corresponde a aquellos que actúan a nivel del sistema musculoesquelético (grupo M: 18.0%). En relación a subgrupos destacan aquellos relacionados al dolor e inflamación; subgrupo M01A (18.0%) antiinflamatorios no esteroides y el subgrupo N02B (16.0%) otros analgésicos y antipiréticos.

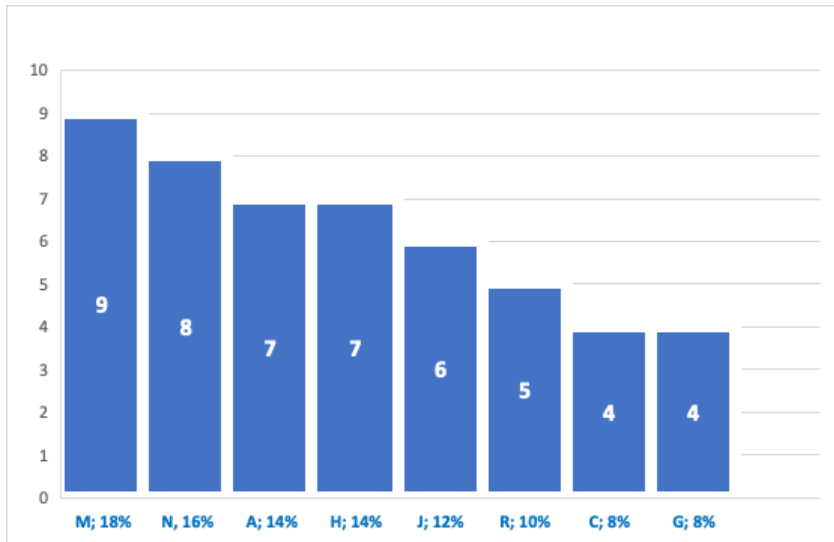


Figura 9. Medicamentos de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado, según código ATC: grupo principal.

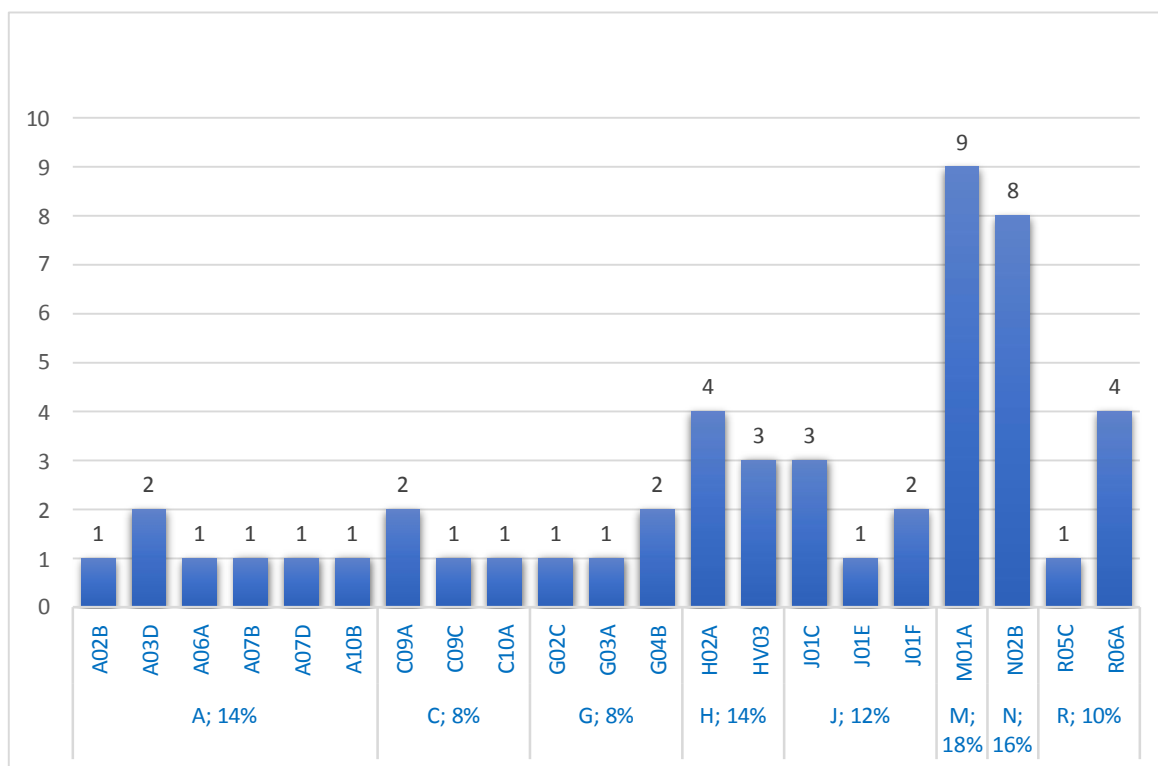


Figura 10. Medicamentos de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado, según código ATC: grupo y subgrupo.

Tabla 7. Medicamentos genéricos de mayor venta según indicación terapéutica general

Indicación o uso terapéutico	Frecuencia	Porcentaje
Analgésicos y antipiréticos	1	4%
Antibacterianos	5	20%
Antihipertensivos (SRA)*	3	12%
Antihistamínicos uso sistémico	3	12%
Antiinflamatorios no esteroides	4	16%
Corticosteroides de uso sistémico	3	12%
Expectorantes	1	4%
Hipoglicemiantes orales	1	4%
Hipolipemiantes	1	4%
Preparados para la úlcera péptica	1	4%
Productos de uso urológico	2	8%
Total	25	100%

Fuente: Elaboración propia

* Sistema renina angiotensina.

La tabla 7, muestra los medicamentos genéricos de mayor venta de acuerdo a la indicación o uso terapéutico, destacan los medicamentos utilizados como antibacterianos (20.0%), y los medicamentos antiinflamatorios no esteroides (16.0%), los

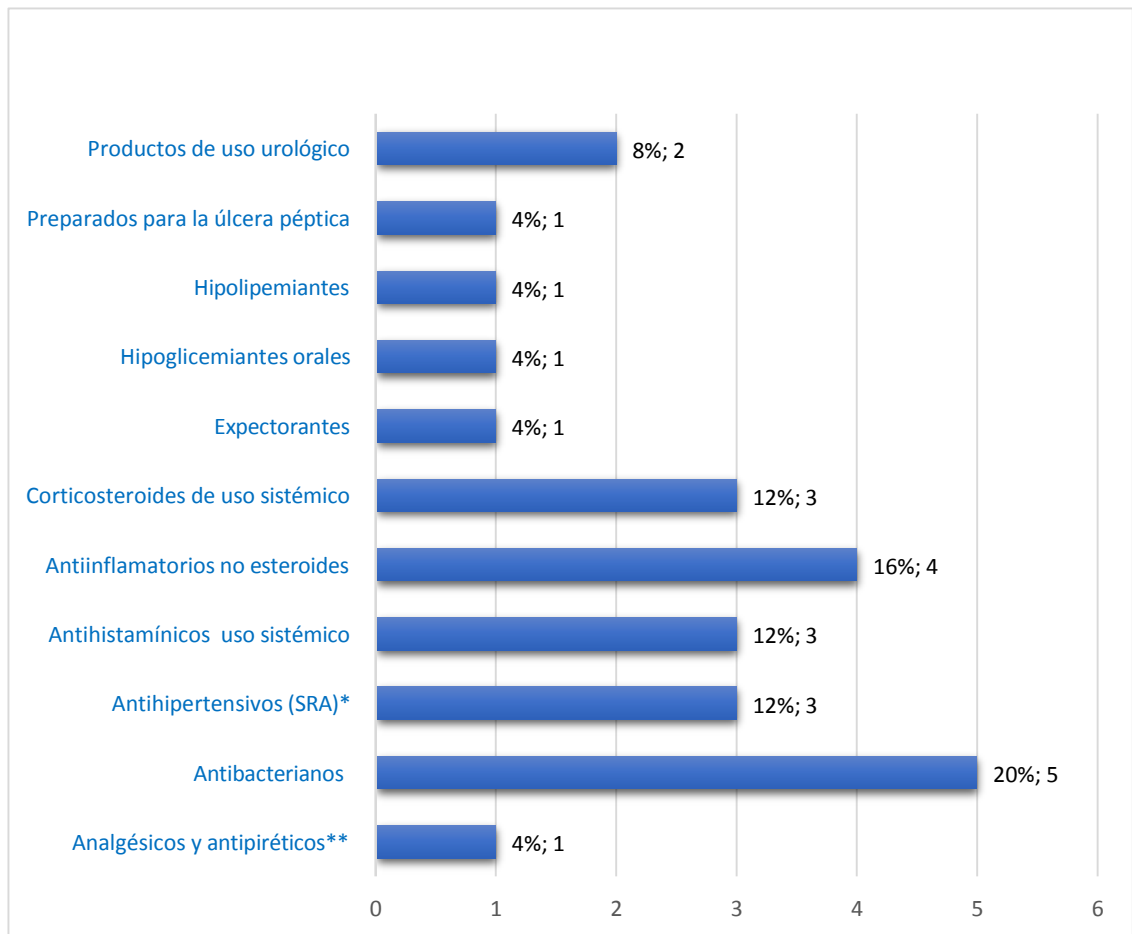


Figura 11. Medicamentos genéricos de mayor venta según indicación o uso terapéutico

Tabla 8. Medicamentos de marca de mayor venta según indicación terapéutica general

Indicación o uso terapéutico	Frecuencia	Porcentaje
Adsorbentes intestinales	1	4%
Analgésicos y antipiréticos	7	28%
Antibacterianos	1	4%
Anticonceptivos hormonales, uso sistémico	1	4%
Antiespasmódicos	2	8%
Antihistamínicos para uso sistémico	1	4%
Antiinflamatorios no esteroides	5	20%
Antipropulsivos	1	4%
Corticosteroides uso sistémico	1	4%
Laxantes	1	4%
Productos ginecológicos	1	4%
Productos terapéuticos diversos*	3	12%
Total	25	100%

Fuente: Elaboración propia

* Incluye productos naturales, vitaminas diversas o combinaciones de ellos.

En la tabla 8, se muestran los medicamentos de marca de mayor venta de acuerdo a la indicación o uso terapéutico, destaca el grupo compuesto por los analgésicos antipiréticos (28.0%) (metamizol, paracetamol solo o en combinaciones) y el grupo representado por los antiinflamatorios no esteroides (20.0%), de igual manera solos o en combinaciones)

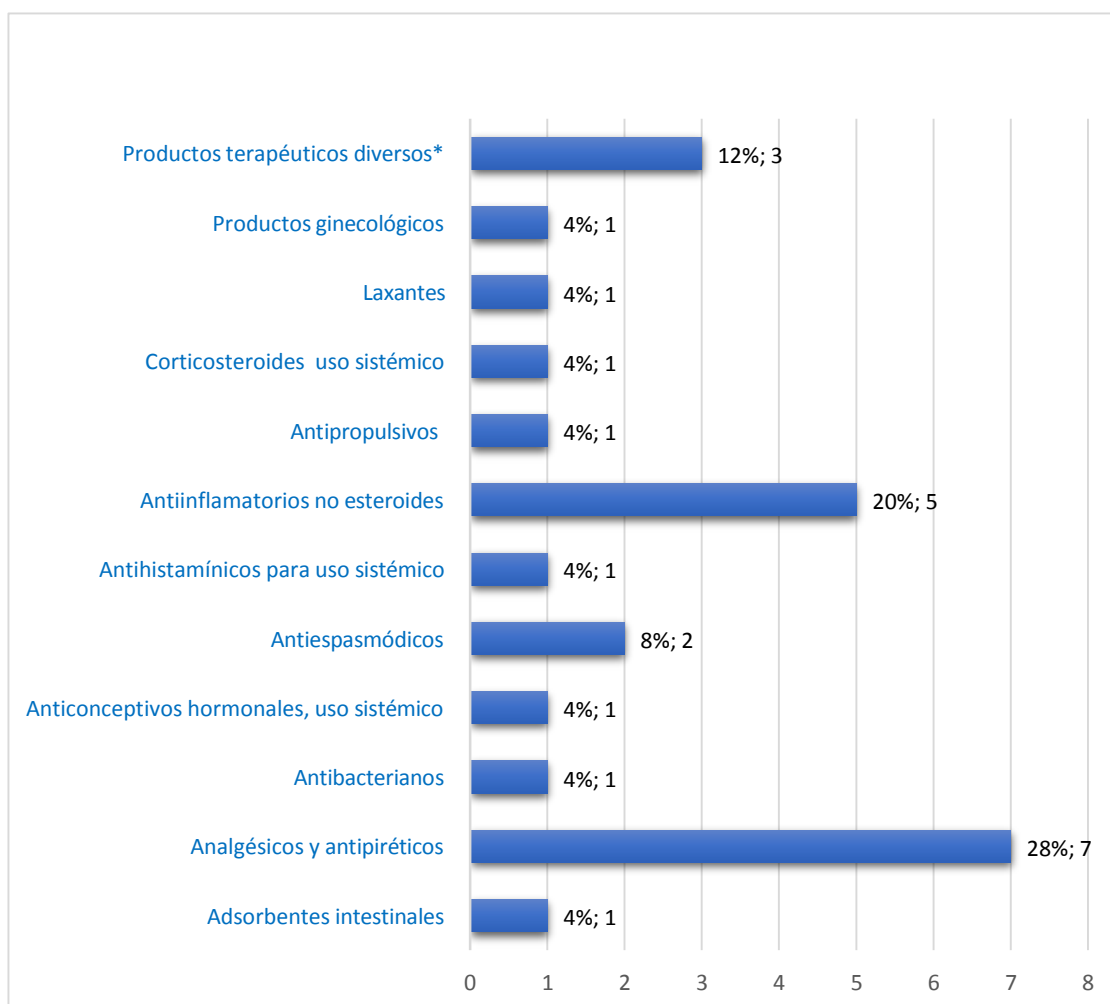


Figura 12. Medicamentos de marca de mayor venta según indicación o uso terapéutico

Tabla 9. Medicamentos de mayor venta según indicación terapéutica general

Indicación o uso terapéutico	Frecuencia	Porcentaje
Adsorbentes intestinales	1	2.0%
Analgésicos y antipiréticos	8	16.0%
Antibacterianos	6	12.0%
Anticonceptivos hormonales, uso sistémico	1	2.0%
Antiespasmódicos	2	4.0%
Antihipertensivos (SRA)†	3	6.0%
Antihistamínicos uso sistémico	4	8.0%
Antiinflamatorios no esteroides	9	18.0%
Antipropulsivos	1	2.0%
Corticosteroides uso sistémico	4	8.0%
Expectorantes	1	2.0%
Hipoglicemiantes orales	1	2.0%
Hipolipemiantes	1	2.0%
Laxantes	1	2.0%
Preparados para la úlcera péptica	1	2.0%
Productos de uso urológico	2	4.0%
Productos ginecológicos	1	2.0%
Productos terapéuticos diversos*	3	6.0%
Total	50	100.0%

Fuente: Elaboración propia

* Incluye productos naturales, vitaminas diversas o combinaciones de ellos, † Sistema renina angiotensina.

En la tabla 9, se muestran los medicamentos de mayor venta de acuerdo a la indicación o uso terapéutico, destacan el grupo representado por los antiinflamatorios no esteroides (18.0%), solos o en combinaciones y el grupo representados por los analgésicos antipiréticos (16.0%) (metamizol, paracetamol solo o en combinaciones).

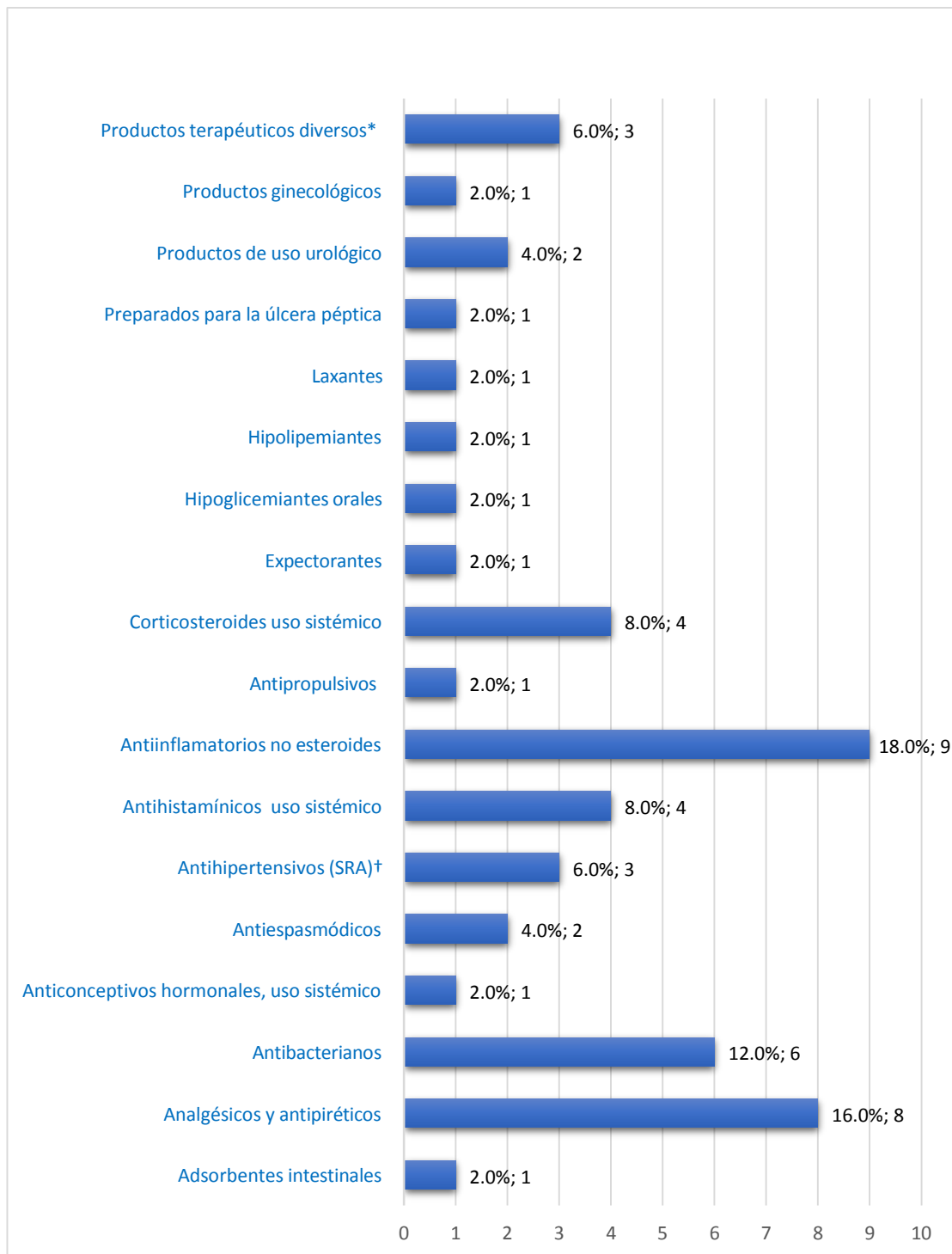


Figura 13. Medicamentos de mayor venta según indicación o uso terapéutico

Tabla 10. Principios activos de los 25 medicamentos genéricos de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado

Principio(s) activo(s)	Frecuencia
Acetilcisteína	1
Amoxicilina	1
Amoxicilina + ácido clavulánico	1
Atorvastatina	1
Azitromicina	1
Captopril	1
Cetirizina	1
Clorfenamina	1
Dexametasona	2
Dicloxacilina	1
Enalapril	1
Ibuprofeno	2
Ketorolaco	1
Lincomicina	1
Loratadina	1
Losartán	1
Metformina	1
Naproxeno	1
Omeprazol	1
Paracetamol	1
Prednisona	1
Sildenafil	2
Total	25

Fuente: Elaboración propia

Cada medicamento es una unidad de análisis, en algunos casos el principio activo es el mismo, sin embargo son presentaciones distintas, ej., dexametasona tabletas y dexametasona inyectable o sildenafil 50 mg y sildenafil 100 mg.

Tabla 11. Principios activos de los 25 medicamentos de marca de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado

Principio(s) activo(s)	Frecuencia
Paracetamol + diclofenaco sódico	1
Dexametasona	1
Diclofenaco + vitaminas	1
Diclofenaco + pridinol	1
Escopolamina butilbromuro + paracetamol	2
Ibuprofeno	1
Levonorgestrel	1
Loperamida	1
Loratadina + dexametasona	1
Metamizol	1
Naproxeno	2
Paracetamol	1
Paracetamol+fenilefrina+clorfenamina	4
Paracetamol+clorfenamina+pseudoefedrina	1
Picosulfato	1
Subsalicilato de bismuto	1
Sulfametoxazol + trimetoprima	1
Productos terapéuticos diversos	3
Total	25

Fuente: Elaboración propia

Cada medicamento presente en la relación de los más vendidos, es una unidad de análisis, en algunos casos el principio activo es el mismo, sin embargo son dos marcas registradas distintas.

Tabla 12. Principios activos de los 50 medicamentos de mayor venta, en un establecimiento farmacéutico privado

Principio(s) activo(s)	Frecuencia
Acetilcisteína	1
Amoxicilina	1
Amoxicilina + ácido clavulánico	1
Atorvastatina	1
Azitromicina	1
Captopril	1
Cetirizina	1
Clorfenamina	1
Dexametasona	3
Diclofenaco + pridinol	1
Diclofenaco + vitaminas	1
Dicloxacilina	1
Enalapril	1
Escopolamina butilbromuro + paracetamol	2
Ibuprofeno	3
Ketorolaco	1
Levonorgestrel	1
Lincomicina	1
Loperamida	1
Loratadina	1
Loratadina + dexametasona	1
Losartán	1
Metamizol	1
Metformina	1
Naproxeno	3
Omeprazol	1
Paracetamol	2
Paracetamol + diclofenaco sódico	1
Paracetamol + clorfenamina + pseudoefedrina	1
Paracetamol + fenilefrina + clorfenamina	4
Picosulfato	1
Prednisona	1
Productos terapéuticos diversos	3
Sildenafil	2
Subsalicilato de bismuto	1
Sulfametoxazol + trimetoprima	1
Total	50

Fuente: Elaboración propia

IV. DISCUSIÓN

La mayor parte de la literatura relacionada con el tema se centra en estudios sobre comportamiento del consumidor basado en percepciones, actitudes o intención de compra de medicamentos (genéricos o de marca).

Este estudio tuvo como objetivo, identificar cuáles son y cuáles son las características de los 50 medicamentos de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado de Ica en el distrito de la Tinguiña, por lo que no tenía la intención de cubrir todos los ángulos y posibilidades relacionadas al tema.

La principal limitación del estudio radica en el hecho de que la literatura disponible es relativamente escasa y la ventaja es que se basó en el análisis de datos reportados por el establecimiento de acuerdo al listado correspondiente.

Cada medicamento presente en la lista de los más vendidos, sean genéricos o de marca, se consideró una unidad de análisis, en algunos casos, en el listado se apreciaba un mismo principio activo, pero eran presentaciones (forma, cantidad) distintas o considerando el tipo eran marcas registradas distintas.

Un aspecto importante encontrado, es que, cuando se analiza el listado de medicamentos genéricos, se aprecia un mayor porcentaje de medicamentos conocidos como monofármacos es decir, solo contienen un principio activo, por ello tenemos que en el listado de genéricos, el 96.0% eran monofármacos (tabla 1), y en el listado de los de marca, solo el 44.0% tenían esta condición (tabla 2), en este grupo resaltan las combinaciones de fármacos o polifármacos, y es un hecho conocido, las asociaciones de analgésicos con antiinflamatorios, antiespasmódicos o relajantes musculares.

Una combinación bastante conocida son los antigripales que son una combinación de al menos tres medicamentos entre ellos un analgésico y otros componentes.

De igual manera en genéricos el 96.0% eran medicamentos que requerían para su expendio la prescripción médica correspondiente y en los de marca solo el 60.0% requerían este requisito.

En la clasificación de los medicamentos según el código ATC y considerando grupo principal, se tiene que los medicamentos analizados, han actuado en 8 lugares o procesos, según lo siguiente; A: Tracto digestivo y metabolismo, C: Sistema cardiovascular, G: Sistema genitourinario y hormonas sexuales, H: Preparaciones hormonales sistémicas, J: Antiinfecciosos generales para uso sistémico, M: Sistema musculoesquelético, N: Sistema nervioso, R: Sistema respiratorio, así

tenemos que los medicamentos de mayor venta corresponden a aquellos que actúan a nivel del sistema musculoesquelético (grupo M) y a nivel del sistema nervioso (grupo N). (tablas 4, 5, 6)

Al considerar los subgrupos según el código ATC, se tiene que resaltan los grupos M01A (antiinflamatorios no esteroides) y N02B (otros analgésicos y antipiréticos), (tablas 7, 8) es decir los principales grupos terapéuticos vendidos, están relacionados al dolor e inflamación, es importante destacar, que estos medicamentos vienen en presentaciones como monofármacos o en combinaciones. (tabla 9).

En relación a los principios activos de mayor venta (tabla 12), los estudios en otras latitudes sobre el tema mencionan que la venta de medicamentos de manera general en los últimos años fueron impulsadas por el covid-19. Dunleavy K,¹⁸ así como Buntz B,¹⁹ mencionan en sus estudios que, las ventas de medicamentos en 2021 alcanzaron máximos históricos, pero estas favorecieron a un grupo de compañías farmacéuticas “recompensadas” por crear vacunas y tratamientos contra la covid-19, de igual manera Buntz B,²⁰ en referencia a las ventas en 2022, menciona, “si bien el covid-19 volvió a ser el centro del escenario en 2022, los medicamentos para el cáncer, las enfermedades autoinmunes y las enfermedades cardiovasculares continuaron siendo fuertes impulsores del crecimiento”. Aspecto importante a evaluar, considerando que en algunos países las vacunas, pueden ser vendidas en establecimientos farmacéuticos.

De otro lado Wirth J,²¹ proporciona en su artículo un listado sobre los medicamentos más vendidos desde el 1 de enero de 2022 hasta el 31 de octubre de 2022, (excluye los opioides y los medicamentos para perder peso) y se puede apreciar que 12 principios activos presentes, también se encuentran en el listado analizado en este estudio (amoxicilina, ibuprofeno, azitromicina, atorvastatina, cetirizina, amoxicilina+ácido clavulánico, losartán, metformina, sildenafil, omeprazol, sulfametoxazol+trimetoprima, prednisona), lo mismo ocurre en el listado proporcionado por Rockwood K,²² en referencia a los medicamentos más vendidos en 2021, donde encontramos 11 principios activos del presente estudio. De igual manera, tenemos que 3 de los principios activos (atorvastatina, omeprazol, metformina) encontrados se mencionan en un estudio realizado en Reino Unido, sobre los 10 medicamentos de mayor venta,²³ de otro lado Federación Empresarial de Farmacéuticos Españoles,²⁴ en su listado de 10 medicamentos más vendidos en 2022, menciona 3 principios activos encontrados en este estudio; metamizol, paracetamol (2 menciones) y omeprazol.

Un producto genérico es el equivalente a un producto de marca,²⁵ y la compra de los mismos está influenciada por diversos factores que no son materia de análisis en este estudio, por lo tanto, hay margen para futuros estudios relacionados con la intención de compra de medicamentos genéricos o de marca, pero es importante recalcar ciertos aspectos: Guttier MC,⁷ menciona, “cuanto mayor es el conocimiento o percepción positiva sobre los medicamentos genéricos, mayor será la

preferencia por comprarlos”, Kleinstäuber M,⁹ señala, “las personas que prefieren medicamentos innovadores de marca presentan niveles más bajos de educación”, Alam M,¹⁰ menciona, “con el advenimiento de la era de la información, los pacientes son más conscientes de los medicamentos genéricos, y una mejora en la aceptabilidad” y Sestino A,¹¹ menciona, “los consumidores son libres de elegir un principio activo de marca o genérico, pero su elección está impulsada principalmente por el papel de la marca”. Entender lo anterior es esencial para comprender una parte importante de nuestra profesión, y ésta se debe reflejar en los conocimientos que podamos reflejar en la comunidad.

V. CONCLUSIONES

1. Los principios activos determinados son diversos, los mismos que se encuentran clasificados en 21 subgrupos que corresponden a ocho grupos principales según la clasificación anatómica terapéutica química, los principios activos principales corresponden a antiinflamatorios no esteroides (18.0%), analgésicos antipiréticos (16.0%), corticosteroides sistémicos (8.0%), antihistamínicos sistémicos (8.0%).
2. Según la clasificación anatómica terapéutica química los medicamentos analizados, han actuado en ocho lugares anatómicos o procesos, destacando los medicamentos que actúan a nivel del sistema musculoesquelético (grupo M) con un 18.0% y los que actúan a nivel del sistema nervioso (grupo N) con un 16.0%.
3. Son 18 las indicaciones o usos terapéuticos para los cuales se adquieren los medicamentos (genéricos y de marca), destacando que el 18.0% son antiinflamatorios no esteroides y 16.0% son analgésicos antipiréticos, en general un tercio de los principios activos adquiridos, están relacionados a afecciones dolorosas o inflamación.
4. De los 50 medicamentos más vendidos, el 70.0% eran monofármacos, el 68.0% eran medicamentos de prescripción médica, y el 96.0% se administraban por vía oral.

VI. RECOMENDACIÓN

1. Se propone la realización de estudios sobre las tendencias de ventas con el fin de conocer la evolución de las ventas de los diversos tipos de medicamentos; genéricos o de marca, considerando que existe eventos externos que puedan influir en las tendencias de ventas.
2. Realizar campañas con el fin de crear concientización del uso racional de medicamentos.
3. Fomentar la consejería farmacéutica, para contribuir con un uso adecuado de los medicamentos y reducir la presentación de reacciones adversas.
4. Difundir los resultados de las investigaciones, considerando que los resultados tienen implicancias para los profesionales de la salud como para los consumidores y podrían ser de utilidad para futuras investigaciones en el campo de la farmacología y la atención médica.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

1. U.S. Food & Drugs Administration. Generic Drugs: Questions & Answers. [Internet] December 2021 [Access Jan, 2023] Available from: <https://www.fda.gov/drugs/frequently-asked-questions-popular-topics/generic-drugs-questions-answers>
2. Generic drug market growth: insights to 2030. [Internet] December 2021 [Access Jan, 2023] Available from: <https://www.europeanpharmaceuticalreview.com/article/166397/generic-drug-market-growth-insights-to-2030/>
3. Precedence Research. Generic Drugs Market. [Internet] August 2022 [Access Jan, 2023] Available from: <https://www.precedenceresearch.com/generic-drugs-market>
4. Prescient & Strategic Intelligence. Generic drugs market. [Internet] December 2022 [Access Jan, 2023] Available from: <https://www.psmarketresearch.com/market-analysis/generic-drugs-market-outlook>
5. Ledan S. Discussing Brand Versus Generic Medications. US Pharm. [Internet] June 2020 [Access Jan, 2023]; 2020;45(6):30-32. Available from: <https://www.uspharmacist.com/article/discussing-brand-versus-generic-medications>
6. Álvarez R, González A. Análisis comparativo de los precios de los medicamentos en América Latina. Revista de la CEPAL [Internet] Abril de 2020 [Acceso julio 2023];130:29-43. Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45423/1/RVE130_Alvarez.pdf
7. Guttier MC, Silveira MPT, Luiza VL, Bertoldi AD. Factors influencing the preference for purchasing generic drugs in a Southern Brazilian city. Rev Saude Publica. Jun 2017 26;51:59. doi: 10.1590/S1518-8787.2017051006786. PMID: 28678909; PMCID: PMC5477709.
8. Chen J, Tian Y, Shi LW. The Impact of Generic Drug Entry on Market Shares and Prices of Brand-Name Drugs— Evidence from Chinese Pharmaceutical Market. Value in Health. September 2018;21(2)S9. DOI:<https://doi.org/10.1016/j.jval.2018.07.065>
9. Kleinstäuber M, MacKrill K, Petrie K. Characteristics of individuals who prefer branded innovator over generic medicines: a New Zealand general population survey. Drugs &

Therapy Perspectives; August 2018;34:478–483 <https://doi.org/10.1007/s40267-018-0541-z>

10. Alam M, Mittal A, Chawla D. Patients' Perception Towards Branded and Generic Medicines in an Emerging Economy: A Scale Development and Validation Study. *Global Business Review*. 2019;20(5):1292–1310. <https://doi.org/10.1177/0972150919846812>
11. Sestino A, Amatulli C. Drogas de marca vs. genéricos: el papel de la gravedad autopercibida de la enfermedad. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 2022; 16(1):22-39. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-10-2020-0090>
12. Benito M, Quispe J. Nivel de aceptación y disponibilidad de medicamentos genéricos por usuarios que acuden a la botica Kristel Ate- Vitarte - Lima julio 2021. [Tesis] [Lima]. Universidad Interamericana; 2021. Disponible en: http://repositorio.unid.edu.pe/bitstream/handle/unid/164/T117_44828658_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
13. 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 de Maestría] Escuela de Posgrado-Universidad César Vallejo; 2018. Disponible en: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33856/lopez_ld.pdf?sequence=1&isAllowed=y
14. Huayama B, Ramírez L. Grado de aceptación de medicamentos genéricos y de marca en el tratamiento de la covid-19 de los pobladores de la urbanización Canto Rey, San Juan de Lurigancho. Noviembre 2021. [Tesis] [Lima]. Universidad María Auxiliadora; 2022. Disponible en: <https://repositorio.uma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12970/1013/Tesis%20Huayama%20-%20Ramirez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
15. Hernández R, Fernández C, Baptista P. Metodología de la investigación. 6° ed. McGraw Hill: México, D.F.; 2014.
16. San Diego State University. Estudios descriptivos [Internet] [Acceso enro 2023] Disponible en: https://ori.hhs.gov/education/products/sdsu/espanol/res_des1.htm
17. Arias F. El Proyecto de Investigación, introducción a la metodología científica.. 6° ed. Episteme. Caracas. 2012

18. Dunleavy K. The top 20 drugs by worldwide sales in 2021. Fierce Pharma. [Internet] May 2022 [Access Aug, 2023] Available from: <https://www.fiercepharma.com/special-reports/top-20-drugs-worldwide-sales-2021>
19. Buntz B. 50 of 2021's best-selling pharmaceuticals. Drug Discovery & development. [Internet] March, 2022 [Access July, 2023] Available from: https://www.drugdiscoverytrends.com/50-of-2021s-best-selling-pharmaceuticals/?utm_source=TrendMD&utm_medium=cpc&utm_campaign=Drug_Discovery_and_Development_TrendMD_0
20. Buntz B. The 50 best-selling pharmaceuticals of 2022: COVID-19 vaccines poised to take a step back. Drug Discovery & development. [Internet] April, 2023 [Access Aug. 2023] Available from: <https://www.drugdiscoverytrends.com/50-of-2022s-best-selling-pharmaceuticals/>
21. Wirth J. The 50 most-filled prescriptions of 2022. SingleCare. [Internet] Dec. 2022 [Access Aug. 2023] Available from: <https://www.singlecare.com/blog/most-prescribed-drugs-2022/>
22. Rockwood K. The 50 most-filled prescriptions of 2021. SingleCare. [Internet] Dec. 2021 [Access Aug. 2023] Available from: <https://www.singlecare.com/blog/most-prescribed-drugs-2021/>
23. Mikulic M. Leading chemical substances dispensed in England in 2022, by number of items. Statista. [Internet] Jun. 2023 [Access Aug. 2023] Available from: <https://www.statista.com/statistics/378445/prescription-cost-analysis-top-twenty-chemicals-by-items-in-england/>
24. Linde P. Las ventas de medicamentos repuntan tras la caída en la pandemia. El País. [Internet] Mayo 2023 [Acceso agosto 2023]. Disponible en: <https://elpais.com/sociedad/2023-05-09/las-ventas-de-medicamentos-repuntan-tras-la-caida-en-la-pandemia.html>
25. U.S. Food & Drugs Administration. FDA List of Authorized Generic Drugs. [Internet] December 2022 [Access Jan. 2023] Available from: www.fda.gov/drugs/abbreviated-new-drug-application-anda/fda-list-authorized-generic-drugs.

VIII. ANEXOS.

8.1 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Estrategia metodológica
<p>Problema general ¿Cuáles son y cuáles son las características de los 50 medicamentos genéricos y de marca, de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado Ica 2022?</p> <p>Problemas específicos. a) ¿Cuáles son los principios activos de los 25 medicamentos genéricos y 25 medicamentos de marca, de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado? b) ¿Cuál es la clasificación anatómica terapéutica química de los 25 medicamentos genéricos y 25 medicamentos de marca, de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado? c) ¿Cuáles son las indicaciones terapéuticas de los de los 25 medicamentos genéricos y 25 medicamentos de marca, de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado? d) ¿Cuáles son las características de los 50 medicamentos genéricos y de marca, de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado?</p>	<p>Objetivo general. Identificar cuáles son y cuáles son las características de los 50 medicamentos de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado. Ica 2022</p> <p>Objetivos específicos. a) Determinar cuáles son los principios activos de los 25 medicamentos genéricos y 25 medicamentos de marca, de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado. b) Categorizar según la clasificación anatómica terapéutica química, los 25 medicamentos genéricos y 25 medicamentos de marca, de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado. c) Determinar las indicaciones terapéuticas de los de los 25 medicamentos genéricos y 25 medicamentos de marca, de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado d) Determinar cuáles son las características de los 50 medicamentos genéricos y de marca, de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado</p>	<p>Estudio descriptivo, se prescindir de la formulación e hipótesis</p>	<p>Variables en estudio. 50 medicamentos de mayor venta: 25 medicamentos genéricos y 25 medicamentos de marca</p> <p>Dimensiones: - Clasificación Anatómica terapéutica química - Indicación terapéutica - Características: - Principio activo - Forma farmacéutica - Vía de administración - Condición: con receta, sin receta - Monofármaco, polifármaco</p> <p>Variable interviniente. Establecimiento Farmacéutico privado: Botica Perú - Farma</p>	<p>Tipo y diseño de investigación Investigación cuantitativa. Diseño no experimental. Descriptivo, transversal</p> <p>Población: Medicamentos de mayor venta en el establecimiento privado: Botica Perú - Farma, periodo: Agosto – diciembre 2022</p> <p>Muestra: ◦ 25 medicamentos genéricos de mayor venta en el establecimiento privado, periodo: Agosto – diciembre 2022 ◦ 25 medicamentos de marca registrada de mayor venta en el establecimiento privado, periodo: Agosto – diciembre 2022</p> <p>Muestreo no probabilístico.</p> <p>Técnicas. Investigación documental Instrumento: ficha de recolección de datos.</p>

8.3 Validez y confiabilidad

La información a recolectar, son datos del establecimiento privado, no están referidos a datos de individuos. Es una investigación documental.

Se cuenta con el permiso del responsable del establecimiento privado.

No se realiza encuesta, por lo que se obvia; consentimiento informado, validación de expertos y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos.

Resolución aprobación de proyecto de tesis



FACULTAD DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA
DECANATO

"AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO"

RESOLUCION DECANAL N° 139-D/FFB-UNICA-2023

Ica, 17 de abril de 2023

VISTO:

El Oficio N° 481-UI-CI-FFB-UNICA-2023 de fecha 12 de abril de 2023, Exp. N° 1267 del 14 de abril de 2023, presentado por la directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Farmacia y Bioquímica, haciendo llegar el reporte y la constancia de haber realizado el análisis con el software de verificación de similitud al proyecto de tesis presentado por el (la): **Bach. BENDEZU CALLAYE, FATIMA MARCELA (Autor)**.

CONSIDERANDO:

Que, según Resolución Presidencial N° 146-CEU-UNICA-2022 de fecha 21 de noviembre de 2022 se proclama como Decano de la Facultad de Farmacia y Bioquímica de la Universidad Nacional "San Luis Gonzaga" al **Dr. CARLOS VÍCTOR BENAVIDES RICRA**, por el periodo comprendido del 01 de diciembre de 2022 hasta el 30 de noviembre de 2026.

Que, mediante Oficio N° 5135-2022-SUNEDU-02-15-02 de fecha 28 de diciembre de 2022, el Provoldo N° 899-2022-SUNEDU-02-15-02 y el Informe N° 224-2022-SUNEDU-LFGA, ambos de fecha 28 de diciembre de 2022, la SUNEDU, dispone el registro de datos de las autoridades de la Universidad Nacional "San Luis Gonzaga".

Que, la Facultad de Farmacia y Bioquímica de la Universidad Nacional "San Luis Gonzaga", es una unidad fundamental de organización, formación académica y profesional integrada por profesores y estudiantes, la misma que es autónoma en lo académico, administrativo, económico y normativo como lo establece el Estatuto de la UNICA.

Que, el Reglamento de Grados Académicos y Títulos Profesionales, aprobado con RR. N° 048-R-UNICA-2021 (25-01-2021), establece que, para la obtención del Título Profesional mediante Tesis, el Bachiller debe cumplir con el desarrollo de un proyecto de tesis, con el asesor designado.

Que, habiendo presentado el (la): **Bach. BENDEZU CALLAYE, FATIMA MARCELA (Autor)**, su solicitud pidiendo aprobación de Proyecto y Asesor con fecha 27 de febrero de 2023 Exp. N° 426, se acuerda aceptar la propuesta de asesor a la **Mg. CHUMBES HUAMÁN ANDREA RITA**, con Oficio N° 223-E-UI-CI-FFB-UNICA-2023 de fecha 02 de marzo de 2023, quien debe coordinar y revisar el proyecto enviando un documento que está apto para pasar el antiplagio de acuerdo al Artículo 32.- Procedimiento para la obtención del Título profesional donde señala que el proyecto de tesis pase por el sistema antiplagio, y una vez aprobada deberá ser formalizada mediante Resolución Decanal.

Que, habiéndose reunido la Comisión de Investigación de la Facultad de Farmacia y Bioquímica el día 28 de febrero de 2023, se aprueba su proyecto de tesis.

Que, de acuerdo al Art° 32, inciso 10.- del Reglamento de Grados Académicos y Títulos Profesionales de la Universidad Nacional "San Luis Gonzaga", Aprobado con R.R. N° 048-R-UNICA-2021 de fecha 25-01-2021; con esta aprobación, el asesorado deberá desarrollar el proyecto de tesis en un plazo mínimo de cuatro (4) meses, debiendo concluirse en un plazo máximo de dieciocho (18) meses, pudiéndose prorrogar el plazo por dos (2) meses más. Vencido el plazo, el asesorado tendrá que presentar un nuevo proyecto.

Que, mediante Oficio N° 481-UI-CI-FFB-UNICA-2023 de fecha 12 de abril de 2023, Exp. N° 1267 del 14 de marzo de 2023; la directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Farmacia y Bioquímica, hace llegar el reporte de Antiplagio y la constancia de haber realizado el análisis con el software de verificación de similitud de fecha 04-04-2023, para la emisión de la Resolución Decanal de aprobación del Proyecto de Tesis Titulado: **"IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LOS 50 MEDICAMENTOS DE MAYOR VENTA EN UN ESTABLECIMIENTO FARMACÉUTICO PRIVADO. ICA 2022"**, presentado por el (la) **Bach.**

Campus Universitario (Panamericana Sur Km 305) - Facultad de Farmacia y Bioquímica - ICA
Email: farmacia@unica.edu.pe



UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
Ciudad Universitaria s/n Teléfono 056-762573



FACULTAD DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA
DECANATO

"AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO"

BENDEZU CALLAYE, FATIMA MARCELA (Autor), para la obtención del Título Profesional, habiendo obtenido el calificativo de Aprobado con el 0% de similitud, de acuerdo a lo establecido en el Artículo 4°, inciso 4.3 del Reglamento para la Evaluación de Originalidad de los Documentos de Investigación aprobado con RR. N°1668-R-UNICA-2020 (14-12-2020) y R.R. N° 761-R-UNICA-2021 (04-05-2021) que Aprueba el uso obligatorio del servicio de iThenticate de Turnitin.

Que, en virtud a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas al Señor Decano en el Artículo 70° de la Ley Universitaria N° 30220.

SE RESUELVE:

ARTICULO 1°.- Aprobar, el Proyecto de Tesis, presentado por el (la): **Bach. BENDEZU CALLAYE, FATIMA MARCELA (Autor)**, Titulado: "IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LOS 50 MEDICAMENTOS DE MAYOR VENTA EN UN ESTABLECIMIENTO FARMACÉUTICO PRIVADO. ICA 2022", para la obtención del Título Profesional.

ARTÍCULO 2°.- Debiendo continuar desarrollando el trabajo con el asesor designado: **Mg. CHUMBES HUAMÁN ANDREA RITA** con N° orcid.org/0000-0002-0798-3922, teniendo un periodo de 04 meses, del 17 de abril al 15 de agosto de 2023.

ARTÍCULO 3°.- Transcribir la presente resolución a los interesados e instancias pertinentes para los fines correspondientes.

Regístrese, Comuníquese y Archívese

UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA
FACULTAD DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA


Dr. Carlos V. Benavides Ricra
DECANO

Permiso

"AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANIA NACIONAL"

CONSTANCIA POR PROYECTO DE INVESTIGACION

El que suscribe Jefe del Establecimiento Farmacéutico BOTICA PERÚ – FARMA; La tinguíña, Sra. Shirley Lucero Gutierrez Cheglio otorga la presente constancia de labor por la realización de proyecto de Tesis a:

FÁTIMA MARCELA BENDEZÚ CALLAYE

Identificado con DNI 70097304, egresado de la Facultad de Farmacia y Bioquímica de la Universidad Nacional "San Luis Gonzaga" quien ha realizado el proyecto de Investigación de Tesis "Identificación y caracterización de los 50 medicamentos genéricos y de marca, de mayor venta en un establecimiento farmacéutico privado. Ica 2022".

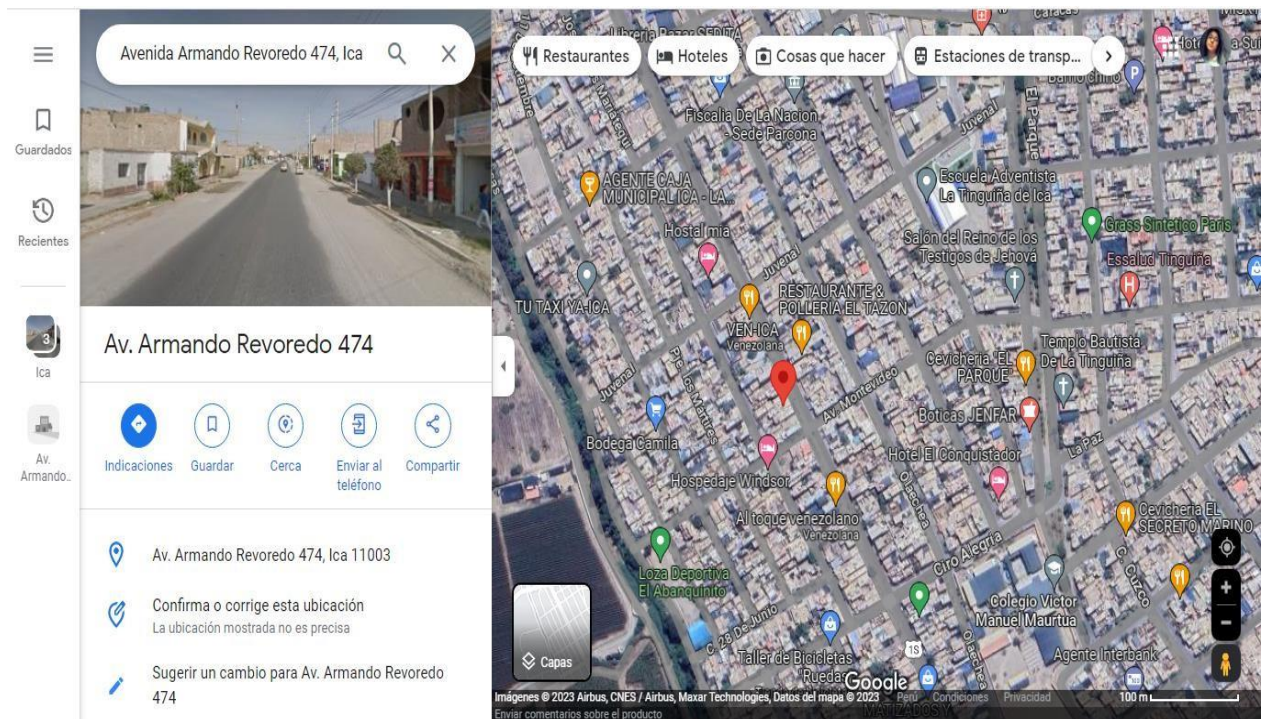
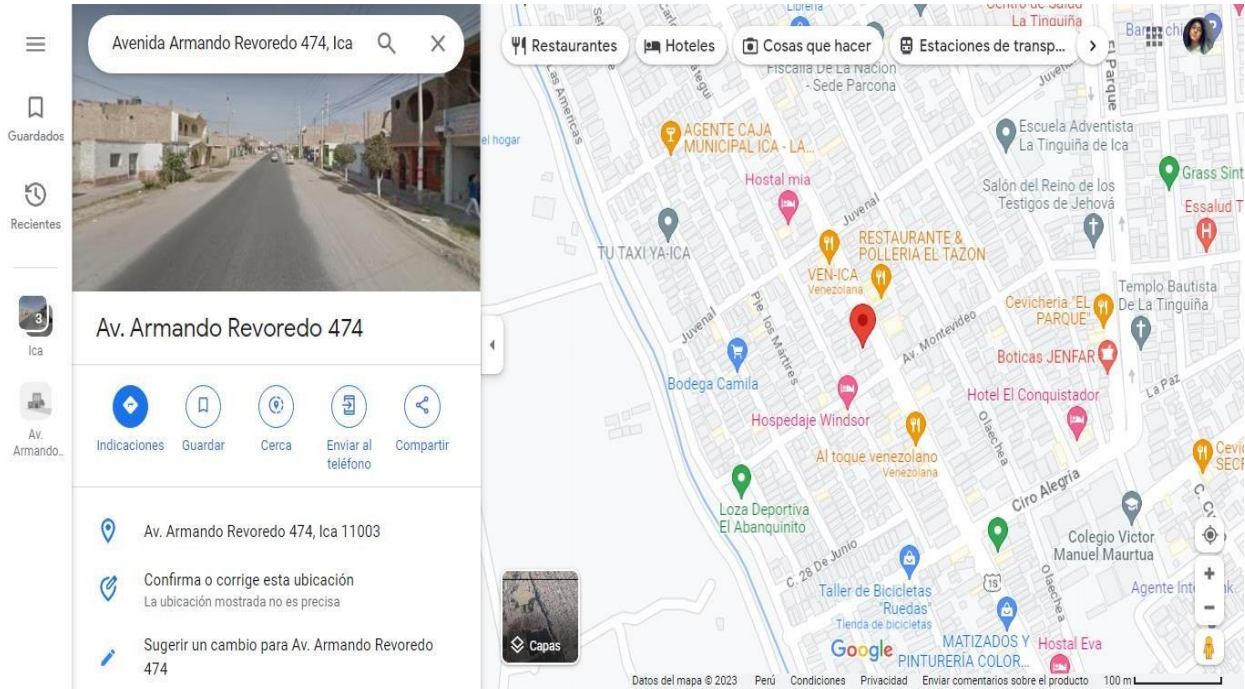
Se expide la presente constancia para los fines que el interesado crea conveniente.

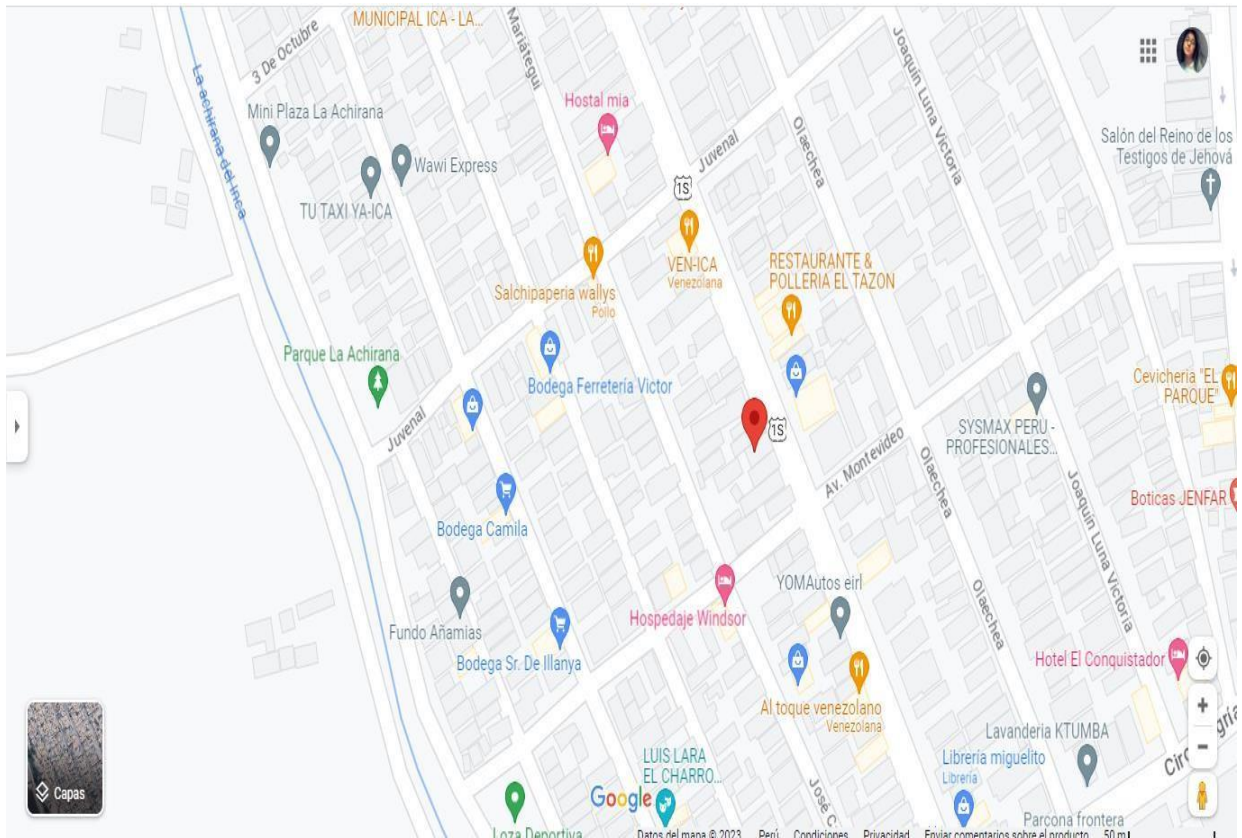
Ica, 20 de Febrero del 2023


BOTICA
PERU-FARMA
AV. ARMANDO DEVOREDO 474

Gutierrez Cheglio Shirley Lucero
GERENTE:
BOTICA "PERU-FARMA"

Ubicación del establecimiento (Google maps)





Av. Armando Revoredo 474, Ica 11003

Fotos







INVENTARIO								
MESES			SETIEMBRE			OCTUBRE		
CODIGO	DESCRIPCION	LABORATORIO	CANTIDAD	FALTA	SOBRA	CANTIDAD	FALTA	SOBRA
0001G	3-GEL SOOBRE	DAEWON	19			18		
	ACEITE DE ALMENDRAS 30ML SOLUCION ORAL	ALKOFARMA	9			8		
	ACEITE ROSADO 30ML ORAL	ALKOFARMA	11			10		
0002AC	ACI BASIC UVA SUSPENSION ORAL	TEVA	3			3		
0003ACI	ACICLOVIR 5% 5G CREMA	FARMINDUSTRIA	4			3		
0003ACI	ACICLOVIR 200 MG TABLETAS	PORTUGAL	75			75		
1115119	ACIDINO TABLETA MASTICABLE	PHARMED CORPORATION	58			53		
837200402	ACIDO ACETILSALICILICO 100MG	LABOT	590			498		
1124659	ACIDO FOLICO 0,5 MG TABLETAS	PORTUGAL	530			490		
10203179	ACIDO FOLICO 0,5 MG TABLETAS	IQFARMA	10			10		
1060058	AEROCAMARA NIÑO	AC. MEDICOS	1			1		
	AEROCAMARA ADULTO					0		
10600319	AERO-OM 100MG/ML 15ML GOTAS FRESA	OM PHARMA	1			1		
05532306A6	AGUA CIELO 625ML	AGUA	26			17		
191181221	AGUA ESTERIL PARA INYECCION AMPOLLA	DANY	85			82		
	AGUA FLORIDA 22ML	AC. MEDICOS	1			1		
A0	AGUA VIDA 1L	AGUA	13			10		
	AGUJA 23X 1 X UNID	AC. MEDICOS	17			15		



POLICLÍNICO PARROQUIAL "SAN FRANCISCO DE ASÍS - ICA"
 PARROQUIA "SAN FRANCISCO DE ASÍS DE ICA"
 Av. Municipalidad N° 319 - 367
 Informes: 056-229843 - Teleconsultas: 938491940
 ICA - PERU

Oftalmología - Neurología - Gastroenterología - Cardiología - Odontología - Medicina Interna
 Psicología - Pediatría - Otorrinolaringología - Medicina General - Urología - Dermatología
 Traumatología - Endocrinología - Cirugía - Neumología - Ginecología - Medicina Física - Radiografía
 Ecografía - Laboratorio - Farmacia - Rehabilitación - Tomografía

Nombre: Vicente Espinoza
 Indicaciones:


- An Kava — 01 Auro
 1A1 812h
 x 3 días.

- Fenoxipiridina — 09am / 03pm / x 5d


- Ibuprofeno — 09am / 09pm / x 5d

Fecha / /

Dr. Carlos E. Medina Saravia
 MEDICO CIRUJANO
 C.M.P. 89378



Gustavo Soto Rojas
 OTORRINOLARINGOLOGO
 OIDO - NARIZ - GARGANTA
ESTETICA DE LA NARIZ



Cel: 961083931 (Directo)


CONSULTORIO:
 Urb. Nueva Villa B-5
 (Costado de la Arboleda)
 CMP. 60633 RNE. 32362


ATENCIÓN:
 Previa coordinación al Cel.: 932947010
 Telf.: (056) 754154 - Domingo Previa Cita
 MD COAH 493809

- Cipofloxacin 500g = 10 tabs
- Prednison 1g = 0.5 tabs
- Ketorolac 1g = 1.0 tabs
- Paracetamol 500g = 15 tabs
- Mezcladura 1g = 10 tabs

S

Fecha: 27/10/22

 dr.gustavo.soto.rinoplastia
 dr.gustavo.soto.otorrino

 gustavo.soto.104



CLÍNICA TRAUMATOLÓGICA Y DE
ESPECIALIDADES QUIRÚRGICAS
S. MORALES S.R.L.

ATENCIÓN LAS 24 HORAS ☎ (056) 234769 📞 914 754 725 📞 956 621 747

Rp.

Bulezo Carani María

- Doluix 60 en #03

- Meliro 54 en #03

- Acorax 120 en #00

- Diskafet en en #00

- Moviflex 54 en #1p

12/x1/2022



Edgar Saúl Morales Astocasa
TRAUMATOLOGO ORTOPEDISTA
C.M.P. 17471 - R.N.E. 7325

Urb. San José Ira. Etapa Mz. "E" Lote 6

Correo: clinicamorales@outlook.es

CARTA DE CONFORMIDAD DEL ASESOR DE TESIS

Ica, 03 de noviembre de 2023.

Señor(a)

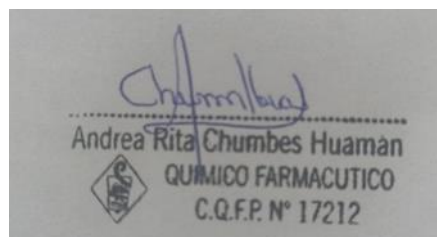
Unfredo Pabel Apumayta Vega
Decano (a) de la Facultad de Farmacia y Bioquímica
Universidad Nacional "San Luis Gonzaga"
Presente.

De mi consideración:

Previo cordial saludo, por intermedio de la presente hago de su conocimiento que, en mi condición de **ASESOR(A)** de la **TESIS** "TITULADA IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LOS 50 MEDICAMENTOS DE MAYOR VENTA EN UN ESTABLECIMIENTO FARMACÉUTICO PRIVADO. ICA 2022" presentada por el/la asesorado (a) Fátima Marcela Bendezú Callaye para optar el Título Profesional de QUÍMICO FARMACÉUTICO, ésta se encuentra en condiciones aptas para su presentación y sustentación de acuerdo al reglamento vigente, por lo que doy mi **CONFORMIDAD**. Así mismo asumo mi responsabilidad de asesor, indicando que he tenido cuidado de preservar los estándares de calidad correspondientes, de prevenir el plagio y proteger los derechos de autor, de acuerdo al D. L. N. ° 822- Ley sobre el Derecho de Autor. Asimismo, declaro tener conocimiento de los efectos legales y administrativos que se deriven del incumplimiento o falsedad de la presente declaración, previsto en el artículo 411 del Código Penal y del artículo 32.3 de la Ley 27444, Ley de procedimiento Administrativo General.

Lo que informo a Usted para la continuación de los trámites correspondientes.

Ica, 03 de noviembre de 2023



Andrea Rita Chumbes Huamán
QUÍMICO FARMACUTICO
C.Q.F.P. N° 17212

Andrea Rita Chumbes Huamán Asesor(a)

Nombres y Apellidos: Andrea Rita Chumbes Huamán
Correo Institucional: andrea.chumbes@unica.edu.pe
Celular: 948412580