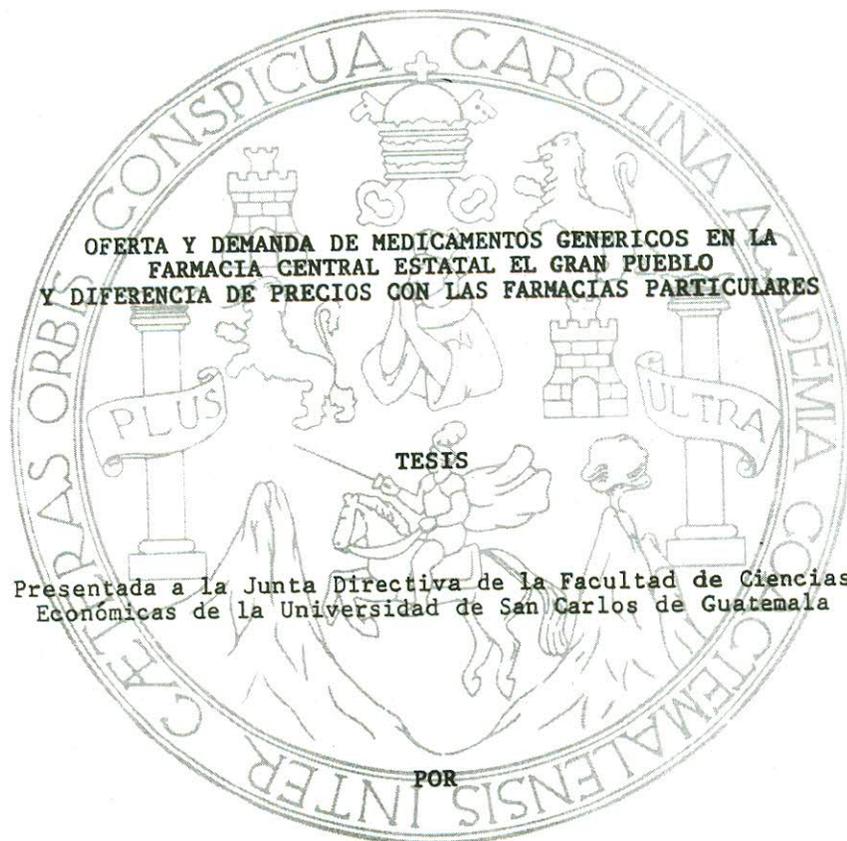


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS



DORA GILMA HERRERA ALVAREZ

Previo a conferírsele el Título de  
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS  
en el grado académico de  
LICENCIADO

Guatemala, octubre de 1,995

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
Biblioteca Central

DL  
03  
T(1617)

**MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**

DECANO	Lic. Donato Santiago Monzón Villatoro
SECRETARIA	Licda. Dora Elizabet Lemus Quevedo
VOCAL I	Lic. Jorge Eduardo Soto
VOCAL II	Lic. Josué Efraín Aguilar Torres
VOCAL III	Lic. Víctor Hugo Recinos Salas
VOCAL IV	Br. Carlos Luna Rivara
VOCAL V	P.C. Carla MacNott Ramos

**TRIBUNAL QUE PRACTICO EL EXAMEN GENERAL PRIVADO**

PRESIDENTE	LIC. JULIO CESAR DUARTE CORDON
SECRETARIO	LIC. LUIS MANUEL VASQUEZ VIDES
EXAMINADOR	LIC. VICTOR HUGO HERNANDEZ ARANGO
EXAMINADOR	LIC. CESAR AUGUSTO MARROQUIN DUEÑAS
EXAMINADOR	LIC. MIGUEL ANGEL GARCIA R.

Guatemala,  
16 de octubre de 1995

Señor Decano de la Facultad de  
Ciencias Económicas  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
Lic. Donato Monzón Villatoro  
Ciudad Universitaria

Señor Decano:

De conformidad con el nombramiento recaído en mi persona para supervisar el trabajo de tesis de la señorita Dora Gilma Herrera Avlarez, previo a optar al título de Administrador de Empresas en el grado de Licenciado, hago de su conocimiento que he procedido en tal sentido, tomando como base el esquema autorizado para dicho trabajo.

El estudio titulado "OFERTA Y DEMANDA DE MEDICAMENTOS GENERICOS EN LA FARMACIA CENTRAL ESTATAL EL GRAN PUEBLO Y DIFERENCIA DE PRECIOS CON LAS FARMACIAS PARTICULARES", fue desarrollado de acuerdo a los requisitos reglamentarios de la facultad, por lo que recomiendo sea presentado por la señorita Dora Gilma Herrera Alvarez, en su Examen General Público.

Atentamente,



Licda. Elsa E. Cruz Gálvez de Núñez  
Administrador de Empresas  
Colegiado NO. 4091  
Asesor de Tesis

EECGDN/LCG



FACULTAD DE  
CIENCIAS ECONOMICAS

Edificio "S-8"

Ciudad Universitaria, zona 12  
Guatemala, Centroamérica

DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS:  
GUATEMALA, VEINTICINCO DE OCTUBRE DE MIL NOVECIENTOS  
NOVENTA Y CINCO

Con base en el dictamen emitido por la Licenciada  
Elsa E. Cruz Gálvez de Núñez quien fuera designada  
Asesor y la opinión favorable del Director de la Escuela  
de Administración de Empresas, se acepta el trabajo de  
Tesis denominado: "OFERTA Y DEMANDA DE MEDICAMENTOS  
GENERICOS EN LA FARMACIA CENTRAL ESTATAL EL GRAN PUEBLO  
Y DIFERENCIA DE PRECIOS CON LAS FARMACIAS  
PARTICULARES", que para su graduación profesional  
presentó la estudiante DORA GILMA HERRERA  
ALVAREZ, autorizándose su impresión.-----

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"

LICDA. DORA ELIZABETH LEMUES QUEVEDO  
SECRETARIO

LIC. DONATO MONZON VILLATORO  
DECANO



## DEDICATORIA

**A DIOS:** Nuestro creador que guía  
mis pasos y es mi fortaleza

**A MIS PADRES:** Gabino Herrera Muralles  
Que Dios lo tenga en su gloria

Paula Cristina Alvarez Vda. de  
Herrera  
Como un mínimo reconocimiento a su  
incansable sacrificio

**A:** Mamá Bella

**A MI ESPOSO:** Arnoldo Gómez Calderón

**A MIS HIJOS:** Gilma Alejandra y Héctor Gabino  
Gómez Herrera

**A MIS HERMANOS:** José, Nuvia, Jorge, Arceli,  
Obdulio, Lilian, Hugo, Carlos, Edit

**A MI FAMILIA:** En General

**A MI CUÑADO:** Víctor Manuel Rodríguez Rivas

**A MIS AMIGOS:** Licenciados:  
Nidia Solis, Fernando Fuentes,  
Azucena Porras, Luis Armando Monges,  
Frineé Salazar

**A MI ASESORA Y  
AMIGA:** Licenciada:  
Elsa Elizabeth Cruz G. de Nuñez

**A MIS COMPAÑEROS:** Carlos Zavala, Juan Luis, Dorita  
Glenda Lemus, y Sandra Castillo

**A MIS PADRINOS:** Licenciada  
Ana Patricia Vega Vettorazzi de  
Villavicencio  
Doctor  
Pablo Werner Ramírez R.

## CONTENIDO

	Página
Introducción	1
CAPITULO I	3
Generalidades	
1.    Antecedentes	3
1.1    Objetivos de su creación	4
1.2    Fines	5
1.3    Organización	5
Organigrama Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo	7
1.4    Situación Actual	8
1.5    Marco Teórico	13
1.5.1    Droguería	13
1.5.2    Etiqueta o Rótulo	13
1.5.3    Estupefaciente	14
1.5.4    Farmacia	14
1.5.5    De Primera Clase	14
1.5.6    De Segunda Clase	14
1.5.7    Farmacopea	15
1.5.8    Farmaco o Medicamento	15
1.5.9    Psicotropico	16
1.5.10    Receta o Prescripción Escrita	16
1.5.11    Orden de Compra y Pago	17
Clasificación	17

## CAPITULO II

La Mezcla de Mercadotecnia en el proceso de Oferta y Demanda	19
2.1. Identificación del producto	19
Producto	
a. Producto Genérico	20
b. Producto Etico	20
c. Producto Comercial	20
2.2 Diferencia entre producto genérico y producto comercial	20
2.3 Marca	23
Productos Genéricos que distribuye la Farmacia El Gran Pueblo con nombres comerciales respaldados con marcas comerciales de prestigio	24
2.4 Empaque	25
2.4.1 Niveles de empaque	25
a. Empaque Primario	25
b. Empaque Secundario	26
c. Empaque de Embarque	26
d. Etiqueta	26
d.1 Clasificación de las Etiquetas	26
a. de marca	26
b. de grado	27
c. Descriptiva	27

### CAPITULO III

Precio 28

3.1 Análisis de Precio en relación a la Competencia 29

a. Impacto del precio 30

3.2 Investigación de Mercados 31

a. Método de investigación 32

b. Técnica de muestreo 32

Listado de medicamentos genéricos en relación al de farmacias particulares 32

a. Diferencia de Precios 33

b. Reacción de la competencia 34

### CAPITULO IV

Canales de distribución 36

4.1. Naturaleza de los canales de distribución 36

4.2 Funciones de los canales de distribución 36

a. Canal de nivel cero 37

b. Canal de un Nivel 37

c. Canal de dos niveles 37

d. Canal de tres niveles 38

4.3 Clasificación de los canales de distribución 38

a. Sucursal de fabricante y oficina sucursal 38

b. Mayoristas 38

c. Corredor 39

d. Agente del fabricante o representante 39

e. Franquicia 39

4.4. Función del Proveedor	40
4.5 Intermediarios	40
4.6 Firmas dedicadas a la distribución física	40
Listado mínimo de medicamentos que la farmacia Central Estatal El Gran Pueblo Debería ofrecer al público consumidor	42
4.7 Comportamiento de la demanda	52
4.8 Demanda actual	54
4.9 Demanda insatisfecha	54
4.10 Demanda potencial	55
4.11 Proyección de la demanda	55
4.12 Mercado Meta	56
4.13 Publicidad	56
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	58

## INTRODUCCION

En el área Metropolitana de la ciudad de Guatemala en donde la situación económica es decadente y cada día crece a un ritmo acelerado, muchas personas, especialmente de bajos recursos recurren en busca de los servicios que el Estado presta a través del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social en donde fue creada la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo según Acuerdo Gubernativo Número SP-M-8-87 del 20 de febrero de 1,987 y regulada por el Acuerdo Gubernativo 141-87 de fecha 6 de marzo del mismo año, para que prestara el servicio de venta de medicina a bajo precio.

Tomando en cuenta lo anterior, se ha desarrollado el trabajo de tesis denominado "OFERTA Y DEMANDA DE MEDICAMENTOS GENERICOS EN LA FARMACIA CENTRAL ESTATAL EL GRAN PUEBLO Y DIFERENCIA DE PRECIOS CON LAS FARMACIAS PARTICULARES", con el objeto de determinar las causas porqué esta institución no ha logrado cumplir con el objetivo para el cual fue creada.

Este trabajo de tesis se dividió en cuatro capítulos. El primer Capítulo se refiere a los antecedentes de la Farmacia, aspectos legales y conceptuales; y objetivos de su creación; luego en el Capítulo II se mencionan aspectos del producto, se establecen las diferencias entre producto ético y producto comercial, así como

un listado de productos genéricos que distribuye la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo. En el Capítulo III se hace referencia al precio, su significado e importancia. Se hace un breve análisis del mismo en relación a la competencia, el impacto del precio; La importancia de la investigación de mercados y a la vez se define el método de investigación y la técnica de muestreo; se establece la diferencia de precio de los productos genéricos que existen en la farmacia en relación a las farmacias particulares.

Por último en el Capítulo IV se describe el comportamiento de la oferta así como un listado de los medicamentos que se deberían ofrecer para satisfacer al mercado consumidor; con una demanda proyectada.

## CAPITULO I

### GENERALIDADES

#### 1. Antecedentes

La Farmacia Central Estatal **EL GRAN PUEBLO** fue creada por Acuerdo Gubernativo Número SP-M-8-87 del 20 de febrero de 1987 para que funcionara adscrita al Centro de Salud número Uno de la ciudad capital; la que prestará un servicio al público con venta de medicina a bajo precio contra la presentación de recetas extendidas, selladas y firmadas por Médicos Colegiados Activos; por las diferentes clínicas de los hospitales y centros de salud municipales y otras dependencias o instituciones de servicio público no lucrativo de conformidad con el Artículo Segundo del Acuerdo Gubernativo No. SP-A-1-72 de fecha 6 de marzo de 1987.

Esta Institución abrió sus puertas al público demandante del servicio el 8 de mayo del mismo año subsidiada inicialmente por el Gobierno Central por un monto de Q.600,000.00 y un reforzamiento de Q.47,000.00; con una existencia de 237 productos genéricos.

Los ingresos que la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo percibe por concepto de ventas diarias de medicina

son respaldadas con Formas 105-C-FE creadas para el efecto y autorizadas por la Contraloría General de Cuentas de la Nación en Original y dos copias rosada y celeste en donde la Forma original es extendida al comprador, la copia rosada es enviada a la Contraloría General de Cuentas de la Nación para rendir cuentas mensuales, la copia celeste es archivada en la institución, los ingresos percibidos son depositados al Crédito Hipotecario Nacional tres veces por semana y transferidos a la Tesorería Nacional del Ministerio de Finanzas Públicas a una partida especial de disponibilidades Privativas según el Acuerdo Gubernativo 141-87 Artículo Tercero del 6 de marzo de 1987. Estos fondos son utilizados para el reabastecimiento de medicinas única y exclusivamente en la Droguería Nacional. Contra la presentación de la nota de envío; se elabora la orden de Compra y Pago tipo A en donde se identifican los gastos en el renglón 266 que corresponden a productos medicinales y farmacéuticos. Una vez realizada la Orden de Compra y Pago tipo A sigue su trámite correspondiente establecido para la utilización de las asignaciones del presupuesto específico de la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo según el Acuerdo Gubernativo que rige su creación y funcionamiento.

#### 1.1 Objetivos de su Creación

La Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo fué creada con el objetivo de mejorar el funcionamiento y aprovechar

los recursos de las Farmacias Estatales existentes para lograr mayor cobertura en los servicios que prestan a la población./1

#### 1.2 Fines

Los fines de creación de la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo son la prestación de Servicios no lucrativos, en donde el medicamento es trasladado al público demandante al mismo precio que es comprado a la Droguería Nacional.

#### 1.3 Organización

Es una dependencia del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social; funciona como una unidad descentralizada adscrita al Centro de Salud número uno, ubicada en la 9a. calle 2-64, zona 1.

La Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo está bajo la dirección de una profesional de las Ciencias Químicas y Farmacia, quien es la encargada de delegar la autoridad a cada una de las partes que integran la organización, una función específica para obtener los resultados determinados de acuerdo a lo planificado, la profesional se encarga de elaborar las políticas, procedimientos, normas, programas, reglamentos y tiene bajo su responsabilidad el funcionamiento de la institución, así como la distribución

/1. Acuerdo Gubernativo Número 141-87 del 6 de marzo de 1,987.

ética y racional de los medicamentos, se encarga de supervizar y coordinar todas las actividades que se realicen en las demás unidades que conforman la estructura de la misma.

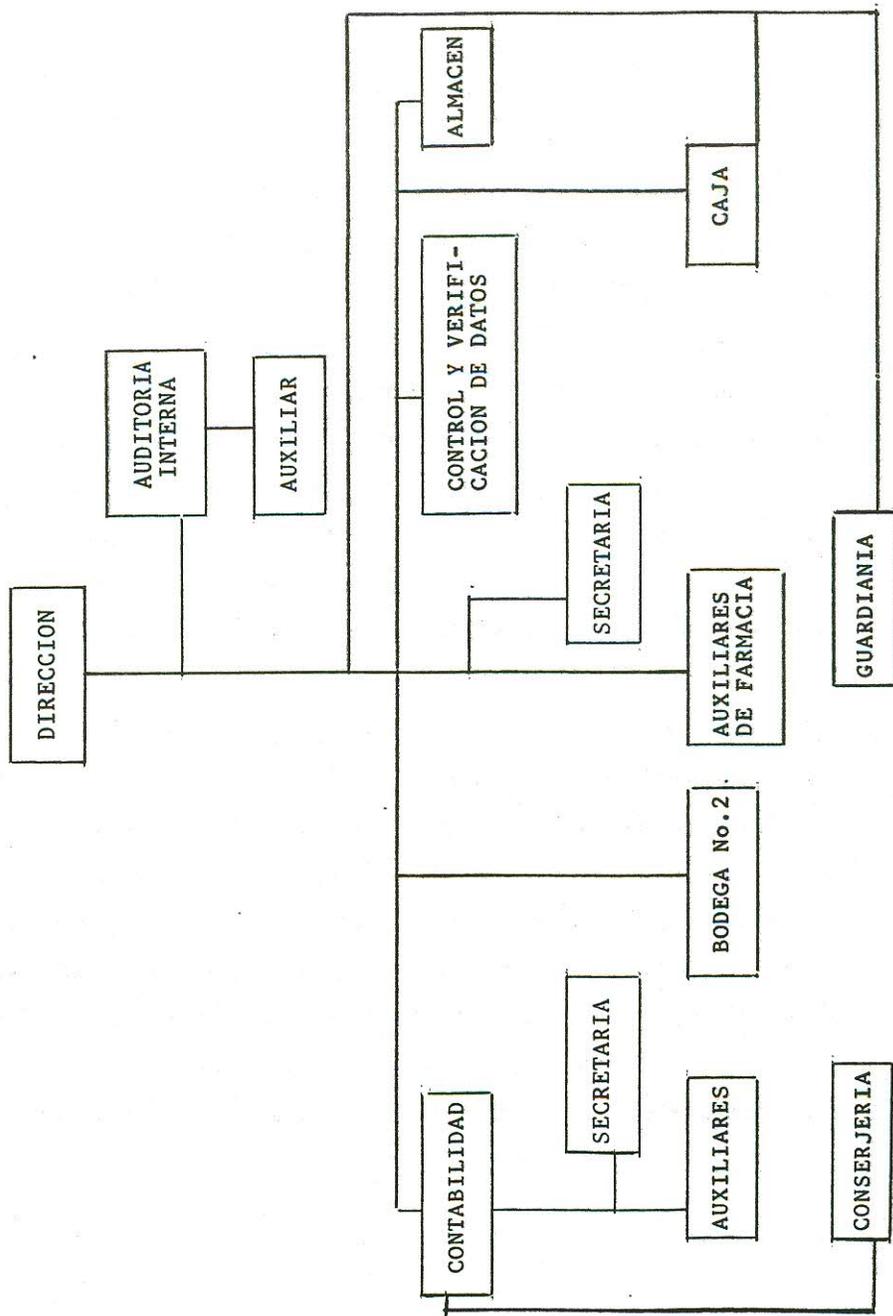
La Farmacia Central Estatal está integrada por los siguientes departamentos:

1. Dirección
2. Auditoría Interna
3. Contabilidad
4. Estadística
5. Ventas
6. Bodega General
7. Control y verificación de datos

Las funciones de la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo están estructuradas en el siguiente Organigrama funcional en donde están situadas las unidades que la integran.

CUADRO NO. 1

ORGANIGRAMA FUNCIONAL  
FARMACIA CENTRAL ESTATAL EL GRAN PUEBLO



## SITUACION ACTUAL

La Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo se encuentra completamente desabastecida, en donde de un listado de 138 productos genéricos más urgentes, para cubrir las diversas enfermedades propias de medio se encuentran únicamente 17 productos, situación que provoca serios problemas a los trabajadores que atienden al consumidor, porque tienen que decir que no hay el producto que buscan, lo que conlleva a una serie de protestas de parte de los usuarios. Esta farmacia deja al descubierto la aguda crisis al observarse los estantes vacíos debido a que Droguería Nacional no les abastece desde hace varios meses, perjudicando a miles de guatemaltecos; es una realidad que no puede ocultarse, dejándose ver el panorama desolador cuando los pacientes ambulatorios, que a diario recurren a esta institución ven las vitrinas completamente vacías, retirándose de la farmacia con sus recetas, porque no hay existencia del producto. Se observa con regularidad que de cada 10 personas sólo una es atendida, las demás se retiran a comprar su medicamento en las farmacias particulares; así como también se reciben llamadas telefónicas a las que hay que contestar no hay, situación que provocó la suspensión de 3 turnos para atención al público que existía

anteriormente, estableciéndose un horario de 8:00 a 16:30 horas. La Administración de la Farmacia Central Estatal **El Gran Pueblo** a iniciado trámites ante la Droguería Nacional, para que pueda proveer a la farmacia y esto no ha sido posible debido a que la encargada de farmacias estatales en la Droguería Nacional indica que no puede abastecer porque el Ministerio de Finanzas Públicas quien a través de las Ordenes de Compra y Pago tipo "A" elaboradas contra envío pagaba a Droguería Nacional hasta diciembre de 1994 y a partir del 2 de enero de 1995 elaboró un instructivo ministerial para que se elaboraran Ordenes de Compra y Pago tipo "B"; Tipo "A" son aquellas órdenes se emiten a nombre del proveedor , tipo "B" órdenes que se emiten con el nombre de la Institución, según este instructivo es para agilizar el pago de las órdenes que son pagadas con los fondos captados por las farmacias estatales. Existe el Acuerdo Gubernativo 141-87 que rige el funcionamiento de estas farmacias estatales y en el Artículo 3o. indica que los ingresos que perciba cada farmacia estatal por venta de medicina serán utilizados para reabastecerse de productos medicinales exclusivamente en la Droguería Nacional el Artículo 4o. de este mismo acuerdo se refiere a que cada farmacia estatal girará contra su saldo disponible en cuenta especial en el Ministerio de Finanzas Públicas Ordenes de Compra y Pago tipo "A", identificándose los gastos en el renglón 266 "productos medicinales y Farmacéuticos". Esto limita a la Farmacia Central Estatal **El Gran Pueblo** para poder rebastecerse.

Por un lado limita a la farmacia el instructivo que el Ministerio de Finanzas Públicas elaboró, porque según el Acuerdo de Creación de esta farmacia para comprar debe elaborar Ordenes de Compra y Pago tipo "A" y por otro el Acuerdo Gubernativo que señala como proveedor exclusivo a Droguería Nacional. Derivado de lo anterior la administración de la farmacia hizo las consultas al Departamento Jurídico del ministerio de Finanzas Públicas y al Departamento Jurídico de la Contraloría General de Cuentas de la Nación; para saber si es procedente elaborar Ordenes de Compra y pago tipo "B", que el Ministerio de Finanzas Públicas exigía desde el 2 de enero de 1,995, dictaminando el primero con el aval del Ministerio Público que esta farmacia no puede elaborar Ordenes de Compra y pago tipo "B" por la prohibición que existe en Acuerdo de Creación Artículo 4o. además que la orden emanada del Ministerio de Finanzas era un instructivo ministerial que no puede ser superior a un Acuerdo Gubernativo, así mismo el Departamento Jurídico de la Contraloría de Cuentas sugiere dentro del dictamen la modificación del Acuerdo Gubernativo. Con estas dos limitantes se ha demostrado que no sólo los artículos del aludido acuerdo gubernativo y el instructivo del Ministerio de Finanzas Públicas limitan la oportunidad de la Farmacia Central Estatal el Gran Pueblo llevándola a cerrar sus puertas a corto plazo, lo más viable sería que el Gobierno modifique el Acuerdo Gubernativo 141-87 Artículos 3o. y 4o. para que la farmacia pueda abastecerse con los laboratorios del país que tienen contrato con

el Ministerio de Finanzas y Regidos por la Ley de Compras y contrataciones del Estado. La Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo es una unidad ejecutora con presupuesto de funcionamiento propio, además en cuanto al importe de las ventas de un día hábil deberá ingresarse en la Caja Fiscal el día hábil siguiente de haberse percibido, con base a las copias a carbón de las formas 105-C-FE. La caja fiscal es operada en los formularios 200-A-3 en donde cada juego consta de tres cuerpos: en original y dos copias las cuales deben ser llenadas a máquina, con el auxilio del papel carbón en buen estado, dándoles el siguiente destino:

- a. Original: para formar el propio libro de caja de la oficina debiéndose empastar cada tres o seis meses, según el movimiento.
- b. Duplicado: para enviarse mensualmente a la sección de talonarios de la Contraloría General de Cuentas de la Nación dentro de los cinco días siguientes al mes que corresponda, sin esperar la glosa de cuentas.
- c. Triplicado: para acompañarse con las cuentas que deben rendirse a la sección de archivo de la misma institución dentro de igual término.

La Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo tiene por concepto de ventas depositado en el Crédito Hipotecario Nacional hasta el 31 de agosto de 1,995 la cantidad de Q.558,633.16, dinero que

puede utilizar esta institución para abastecerse y poder satisfacer la demandada. Además la farmacia cuenta con personal capacitado, mobiliario y equipo necesario así como una estructura aceptable para prestar el servicio.

## 1.5

## MARCO TEORICO

### 1.5.1 Droguería

Es todo establecimiento farmacéutico donde se elabora, empaca y distribuye, medicamento, alimentos de uso, cosméticos y productos destinados a la importación, fraccionamiento, distribución y venta de drogas a granel productos de tocador y dispositivos terapéuticos. La distribución de estos productos sólo podrá hacerse a establecimientos farmacéuticos y hospitales y en el caso de cosméticos a los diferentes establecimientos comerciales destinados a la venta de los mismos/2

### 1.5.2 Etiqueta o Rótulo

Leyenda escrita que oficialmente se adhiere o suscribe en el envase/3. La etiqueta identifica el producto usando la marca registrada; promueve el producto mediante su atractivo diseño gráfico, también contiene el nombre y dirección del fabricante, las instrucciones de uso y garantía, la etiqueta a veces únicamente contiene el nombre de marca o bien abundante información./4

2/Intecap. Módulo, Leyes y Reglamentos del Código de Salud/ DI-433-53. 18.6-1/90. Página 22

3/ob.Cit. Página 8

4/ Philip Kotler fundamentos de Mercadotecnia, Northwestern university Reg. 233

### 1.5.3 Estupefaciente

Término que se aplica especialmente a ciertos compuestos capaces de crear hábitos toxicómanos/5

### 1.5.4 Farmacia

Es todo establecimiento, cuyo objetivo principal es la distribución "ética y racional de medicamentos y todo equipo para aliviar, curar y prevenir enfermedades/6. y según su naturaleza puede ser de dos tipos.

### 1.5.5 De Primera clase:

Es la que realiza la confección de productos farmacéuticos de carácter oficial y los que se preparan extemporáneamente, conforme a fórmulas magistrales prescritas por profesionales legalmente habilitadas /7.

Están regidos por un Profesional Químico Farmacéutico; no están sujetos a limitaciones en cuanto a los productos que expenden.

### 1.5.6 Segunda Clase:

Es todo establecimiento destinado a la venta de productos farmacéuticos al público en forma limitada según listas específicas proporcionadas oportunamente por el departamento de control de medicamentos /8.

5/ Intecap. Farmalogía DT-433-53-18.5-1/90 página 233

6/ Intecap. Módulo, Leyes y Reglamentos del código de salud/DT-433-53-18.6-

1/90. Página 1

7/ Ob. Cit. Página 23

8/Intecap. Leyes y Reglamentos del Código de Salud. DT-433-53-18-1/90. Página 23

Este tipo de Farmacia tiene como regente a un empleado examinado o auxiliar de farmacia, que es capacitado en el INTECAP y autorizado por el Departamento de Control de Medicamentos.

#### 1.5.7 Farmacopea

Es sinónimo de formulario, viene del griego pharmakon, medicamento y pocio, hacer-. Es la biblia del farmacéutico, ya que es una obra autorizada oficialmente, que contiene la información de medicamentos. En el sentido moderno de la palabra, es un estándar farmacéutico, dirigido a la naturaleza, calidad, composición y potencia de los medicamentos, aprobados por los Organismos del Estado/9.

#### 1.5.8 Fármaco o Medicamento

Sustancia química de constitución definida que puede tener aplicación en una Farmacia o sea como preventivo, curativo o agente de Diagnóstico/10, también se dice que es toda sustancia simple o compuesta, natural o sintética, destinada al diagnóstico tratamiento y prevención de las enfermedades de los seres humanos y/o los animales y todo

9/Angela del Carmen García. Fundamentos Básicos de Aprendizaje para los auxiliares de Farmacia. Tesis. Facultad de Ciencias Químicas USAC, Julio 1, 1979. Página 123  
10/ Intecap. Farmacología. DT-433-53.18.5-1/90. Página 3

Producto medicinal que se expende amparado por una potente marca comercial, o nombre comercial con que se registra o patenta el medicamento por ser fabricantes.

Estan consideradas en esta categoría, las plantas medicinales en su estado natural o modificado que se usen con un fin terapéutico, así como también los estupefacientes y psicotrópicos/11.

#### 1.5.9 PSICOTROPICOS

Sustancias capaces de influir en el comportamiento psíquico del individuo/12.

#### 1.5.10 RECETA O PRESCRIPCION ESCRITA

La receta es una orden escrita para el despacho, expendio o preparación que el médico hace a la Farmacia de medicamentos para el paciente/13, es el enlace entre el médico y la farmacia, sirve de lazo entre el paciente y las personas que atienden la farmacia.

Las recetas se clasifican en tres clases según el código de la salud:

1.Receta Médica simple u ordinaria "R"

11/Intecap. Leyes y reglamentos del Código de Salud Auxiliares de Farmacia. DT-433-53.18.6-1/90. Página 9

12/Intecap. Farmacología DT-433-53-18.5-1/90. Página 63

13/Intecap. Farmacia Magistral. DT-433-53-18.3-1/90.

2. Receta que ampara productos de venta restringida "RR".
3. Receta de talonario oficial para estupefacientes y psicotr6picos "RO".

#### 1.5.11 ORDEN DE COMPRA Y PAGO:

La 6rden de compra y pago es el documento oficial por medio del cual las dependencias p6blicas ordenan la compra y el pago de los bienes, obras y servicios que requieren, para la ejecuci3n de los programas de trabajo respectivo, con cargo a sus propias asignaciones aprobadas en el presupuesto de egresos del Estado. Este mismo documento es utilizado para el reintegro en efectivo que realicen las dependencias p6blicas con cargo a su fondo rotativo y al fondo rotativo global. Las 6rdenes de compra y pago se clasifican en :

##### Tipo A.

Es la que se emite a favor del proveedor de los bienes, obras y servicios.

##### Tipo B

Es la que se emite a su propio nombre la oficina que administra los fondos, para que una vez imputado su valor a la asignaci3n presupuestaria sirva reintegrar a su fondo rotativo el monto de los pagos efectuados.

##### Tipo C

Es la que se emite a favor de la Tesorería Nacional, para retirar del Fondo Rotativo Global lo necesario para cubrir los

Gastos de proyectos financiados con préstamos o donaciones  
externas./14

14/Ministerio de Finanzas Públicas: Acuerdo Ministerial Número  
25-81, de fecha 3 de diciembre de 1,99

## CAPITULO II

2. La mezcla de mercadotecnia en el proceso de oferta y demanda.

### 2.1 Identificación del Producto

#### PRODUCTO

Es cualquier cosa que se ofrece en un mercado para la atención, adquisición, uso o consumo capaces de satisfacer una necesidad o deseo/15.

##### a. Producto Genérico:

Es el Nombre oficial del medicamento, nombre químico o su actuación si el caso es de un producto con más de un principio activo.

El nombre genérico corresponde a la denominación aceptada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) bajo los distintivos y siglas "Denominaciones Comunes Internacionales (DCI) o international Nom proprietary Names(INN) o de Farmacopea oficialmente reconocida en el país/16.

15/ Philip Kotler fundamentos de mercadotecnia,

Northwestern University pag. 6

16/INTECAP. Leyes y reglamentos, Auxiliares de Farmacia DT-433-53-18.6-1/90. Página 8

b. Producto Etico:

Es el que se vende exclusivamente bajo prescripción médica y son promocionados a través del médico/17.

c. Producto Comercial:

Es el nombre comercial de un medicamento. Es el nombre del medicamento con que ha sido registrado o patentado por sus fabricantes. Producto registrado con que cada vendedor anuncia y vende medicamento/18.

2.2 Diferencia entre producto genérico y producto comercial.

La diferencia entre un producto genérico y un comercial no es en sí de calidad ni de cantidad ya que los productos que regularmente se venden en la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo son productos genéricos que Droguería Nacional compra como productos con nombre comercial que son respaldados con la marca del fabricante y que los protege legalmente, ya que no pueden ser utilizados por ningún otro fabricante. El producto genérico o nombre genérico es de propiedad pública y no están protegidos por una patente,

/17 Danilo Alfonso Mendoza Sarceño. Planeación de Productos Nuevos en la Industria Farmacéutica. Guatemala 1983. Pag.1  
/18.Folleto Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia USAC. Centro Guatemalteco de Información y Medicamentos CEGIMED.

denominaciones más sencillas, más cortas y más fácilmente de escribir y pronunciar que los nombres de los productos comerciales; el nombre genérico ha sido establecido oficialmente con el propósito de simplificar el manejo de información conteniendo químicamente las mismas cantidades básicas o esenciales que son necesarias para el diagnóstico, prevención, tratamiento o mantenimiento de las principales enfermedades que afectan a la población guatemalteca.

En el mercado de medicamentos existen 295 productos genéricos que equivalen a 428 representaciones farmacéuticas/19 ó a nombres comerciales.

Para un producto Genérico existen a veces varios Nombres Comerciales.

Ejemplo:

Metronidazol:

Nombre de marca o comercial NR - R

19/ Philip. Kotler Fundamentos de Mercadotecnia.  
Northwestern University. pag. 223

Nombres registrados con que cada vendedor lo anuncia y vende.

Abbonidazol

Amebiol

Amebiotic

Antral

Elizol

Entrizol

Flag-Helos

Flagelum

Flagyl

Famizole

Flonder

Trimezol

Inteczol

Mebamyn

Medizol

Metrilco

Metronidazol

Metroxil

Nor-Ameb

Norstene

Protozyn

Retofar

Servizol

## Vertisal

La diferencia cualitativa entre un producto genérico y un producto comercial no existe; ya que el producto genérico contiene la misma estructura química potencia y eficacia que contiene un producto comercial, además esta Institución generalmente ofrece productos comerciales que la Droguería Nacional envía con nombre genérico.

### 2.3 Marca:

Marca es un término, signo, símbolo o diseño o bien una combinación de ellos, cuya finalidad es identificar los bienes y servicios de un vendedor o grupo de vendedores y distinguirlos de los competidores/20.

El Nombre de la Marca es la parte de la marca que puede vocalizarse, o sea la parte pronunciable/21.

/20. Philip Kotler, Fundamentos de Mercadotecnia. Northwestern University, Pag. 223

/21. Philip. Kotler Fundamentos de Mercadotecnia. Northwestern University, Oágina 223

Productos Genéricos que distribuye la Farmacia Estatal EL GRAN PUEBLO con nombres comerciales respaldados con Marcas Comerciales de prestigio, son:

No. Ord.	Nombre Genérico	Nombre Comercial	Casa Comercial
1.	Acetaminofén 120mg/5ml. jbe.	Sinfebril	Infasa
2.	Ampicilina 250mg/5ml. susp.	Binotal	Bayer
3.	Clindamicina 150mg.cap	Dalacín	Ujpon
4.	Cloranfenicol 4 mg.tab	Histaprin	Infasa
5.	Clorpropamida 250 mg. tab.	Diabemide	Farmen
6.	Clotrimazol 20g. crema	Canestén	Bayer
7.	Eritromicina 250mg/5ml.susp.	Lapristan	Laprin
8.	Lorazepán 2 mg.tab	Ativan	Amicelco
9.	Mebendazol 100mg.tab	Nor-benzol	Teramed
10.	Niclosamida 0.5mg.tab	Yomesán	Bayer
11.	Nifedipina 20mg. cap.	Adalat	Bayer
12.	Penicilina Benzatínica 2 4UI ampolla	Unicil L.A.	Unipharm
13.	Propanolol 40 mg.tab.	Propal	Pharmedic
14.	Salbutamol 4mg./jbe.	Salbutamed	Curamed
15.	Salbutamol spray	Albugenol	Generix
16.	Tetraciclina 500mg.tab	Tetralex	Legsa
17.	Teofilina 200 mg.	Slo -Bid	Rorer

La marca es la que respalda el prestigio de una casa comercial o de un fabricante, la marca influye en los hábitos de compra del consumidor debido a que ofrece confiabilidad.

#### 2.4. Empaque

Lo constituye las actividades consistentes en diseñar y producir el recipiente o envoltura de un artículo/22, además el empaque identifica al producto y a la casa comercial.

El empaque debe tener consignados los datos siguientes:

1. Identificación del Medicamento
2. Correcta Manipulación
3. Dosificación
4. Administración
5. Conservación
6. Seguridad
7. Caducidad

##### 2.4.1 Niveles de Empaque

Dentro del empaque existen cuatro niveles:

###### a. Empaque Primario

Es el envase inmediato del producto, ejemplo: el empaque primario es el que está en contacto directo con el medicamento, frasco de vidrio o de plástico, sobres de papel celofán, de aluminio, tubos, etc.

22/ Philip Kotler. Fundamentos de Mercadotecnia Northwestern University, Pag. 230

b. **Empaque Secundario:**

Designa el material que protege al empaque primario y que se desecha cuando estamos a punto de usar el producto (las cajas de cartón que contienen los frascos) este proporciona protección adicional y una oportunidad de promoción.

c. **Empaque de Embarque**

Se refiere al que se necesita para almacenamiento, identificación y transporte, y por último.

d. **La etiqueta:**

forma parte del empaque y constituye la información impresa que aparece en él, y que describe el producto.

d.1 **Clasificación de Etiquetas**

Etiqueta leyenda escrita que oficialmente se adhiere o se escribe en el envase/23.

Generalmente las etiquetas se pueden clasificar de la siguiente manera:

a. **De Marca**

Es sólo una marca aplicada al producto o empaque.

23/ INTECAP, Módulo, Leyes y Reglamentos del código de Salud/  
D5-433-53. 18.6-1/90, página 8.

b. De Grado:

Indica la calidad con una letra o número.

c. Descriptiva

Dan una información objetiva acerca del uso, fabricación, cuidado, funcionamiento y otras características del producto.

## CAPITULO III

### 3. Precio

Es lo que los compradores pagan por recibir un conjunto de beneficios en el intercambio. Desde el punto de vista histórico, el precio es el factor decisivo en la preferencia del público./24

Siendo el precio de los productos el factor algunas veces más decisivo en el proceso de compra del mercado la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo ofrece al comprador de medicamentos hasta más del 50% menos de los precios autorizados oficialmente para la venta en las farmacias particulares.

El precio que tal Farmacia ofrece al consumidor final beneficia especialmente al sector de la población de escasos recursos económicos que no tienen acceso a la compra de medicamentos en las farmacias particulares.

En la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo el precio no es un aspecto clave porque el precio del medicamento no lleva incluido ningún costo de la farmacia.

El precio de un producto en el mercado motiva la compra, también influye en los gastos y costos de los factores de

24/Philip Fundamentos de Mercadotecnia Nrhwester University  
pag. 276

producción así como la capacidad del empresario convirtiéndose en un regulador básico del sistema económico total.

La Farmacia Estatal El Gran Pueblo tiene el liderazgo en cuanto a la determinación de precios, porque no es con el fin de enfrentar o evitar la competencia, ni obtener utilidades; únicamente se presta el servicio, un beneficio social a las personas de bajos recursos.

Procedimiento utilizado para determinación de precios, el procedimiento utilizado en la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo es el de aproximación, sin tomar en cuenta la maximización de utilidades.

Para la determinación de precios el medicamento es trasladado al mercado al mismo precio que se recibe según envío remitido por la Droguería Nacional, y cuando hay decimales únicamente se aproxima al precio inmediato superior.

Fórmula de Aproximación:

Total en dinero † 20,000 tabletas = 0.1225

Q.2450.00 † 20,000 tabletas = 0.1225

Aproximado Q.0.13, Precio unitario incluye IVA

### 3.1 Análisis del Precio en relación a la Competencia

En algunas empresas dentro del sistema capitalista sean estas grandes, medianas o pequeñas se establecen los precios

de los productos unitarios en función de maximizar las utilidades porque el mismo precio lleva consigo el costo e influye en los salarios, alquileres, intereses o sea que cada unidad de producto incluye el precio que ellos tienen que pagar por los factores de producción.

En lo que respecta a la Farmacia Central Estatal **El Gran Pueblo** no son tomados en cuenta los factores en mención porque los costos son absorbidos por el Gobierno Central quien se encarga de cubrir el gasto de funcionamiento de la institución. Además el edificio que alberga a la misma fué adquirido a través de una donación, para que en este edificio se prestara un servicio a la población por lo que el precio de los productos medicinales que se expenden en esta farmacia no tienen competencia en el mercado.

a. Impacto del precio

El precio de los productos medicinales que expende la Farmacia Central Estatal **El Gran Pueblo** es muy significativo debido a la situación económica en decadencia de la mayoría de los guatemaltecos que no les permite el acceso a la compra de medicamentos sean estos preventivos, curativos o de mantenimiento, por lo que recurren a esta institución con el objeto de ahorrar en su compra, ya que psicológicamente el precio es también razón que impulsa al consumidor que conoce los factores reales que motivan su compra.

### 3.2 Investigación de Mercados

La investigación de este estudio fué realizada en el área metropolitana tomando una muestra de 87 farmacias particulares de primera categoría o de primera clase escogidas de un universo de 675 por haberse delimitado el problema en esta área; para poder determinar los motivos de compra de los consumidores de los productos medicinales, así como establecer la diferencia de precios de la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo.

En el trabajo de campo se utilizó la observación directa, la entrevista. La recolección de la información permitió conseguir resultados; una mayor amplitud y profundización en las etapas diferentes que conlleva la investigación que al interrelacionar la teoría y la práctica permitió una visión objetiva de la farmacia Central Estatal El Gran Pueblo, como proyecto político.

Muestreada una parte del mercado consumidor directamente en el lugar objeto del estudio a través de personas que recurren diariamente a la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo; para determinar los hábitos y motivos de compra. También se recurrió al Departamento de Investigación y control de Precios en la Dirección General de Comercio del Ministerio de Economía para obtener datos reales y que oficialmente son controlados. En el Ministerio de Economía

toman como base el promedio muestreando tres farmacias por zona.

a- Método de Investigación

El método de investigación utilizado para este estudio fué el método de encuesta ya que la recopilación de datos fué hecha mediante el contacto con un número limitado de personas a la que conocemos como muestra, a la cual a través de un cuestionario se logró conseguir la información deseada así como también se obtuvieron los precios que rigen oficialmente para el consumidor final en el Ministerio de Economía al mes de agosto de 1,995.

b- Técnica de Muestreo

Se eligió una muestra de 87 farmacias particulares lo que permite tener suficientes elementos de juicio para establecer el objeto de este estudio o sea la oferta y demanda de medicamentos genéricos, en la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo, y la diferencia de precios con las farmacias particulares.

CUADRO No. 2

Listado de Medicamentos Genéricos en relación al de Farmacias Particulares

No.	MEDICAMENTO	FARMACIA ESTATAL	FARMACIA PARTICULAR	RELACION %
1.	Acetaminofen 120mg/5ml.jab.	5.56	7.30	31.29
2.	Ampicilina 250mg/5ml.susp.	11.12	17.95	61.42

3.	Clindamicina	2.95	4.29	45.42
4.	Clorfeniramina 4mg. tab.	0.08	0.50	525
5.	Clorpropamida 250mg. tab.	1.04	2.77	166.35
6.	Clotrimazol 20g crema	13.74	38.50	180.20
7.	Eritromicina 250mg./5ml susp.	10.45	16.18	54.83
8.	Lorazepán 2mg. tab.	1.68	2.83	68,45
9.	Mebendazol 100mg. tab.	0.17	0.48	182.35
10.	Niclosamida 0.5mg. tab.	6.46	8.40	30.03
11.	Nifedipina 20 mg. cap.	2.97	3.20	7.74
12.	Penicilina Benzatínica 2,400,000UIamp.	5.35	49.95	833.64
13.	Propanolol 40 mg. tab.	0.35	0.95	171.43
14.	Salbutamol 2mg. spray	9.11	25.00	174.42
15.	Salbutamol 4mg. tab.	0.29	0.90	210.34
16.	Tetraciclina 500 mg. tab.	0.43	0.75	74.42
17.	Teofilina 200 mg. tab.	0.72	1.63	136.39

Algunas farmacias particulares de primera categoría aplican al precio de venta un descuento que va desde el 10 hasta el 12 por ciento.

a. Diferencia de Precios

La diferencia de precios, según el listado de medicamentos genéricos de las farmacias particulares fue establecida al mes de agosto de 1,995 para lo cual fue necesario utilizar la observación y entrevista personal al mercado consumidor tanto en el lugar objeto de estudio como a empleados y

dueños de farmacias particulares de primera categoría o de primera clase ubicadas en el área metropolitana por haberse delimitado así el problema. Como también en el Departamento de Investigación y Control de Precios de la Dirección General de Comercio del Ministerio de Economía.

b. Reacción de la Competencia

La competencia de los productos genéricos de la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo, la constituye generalmente las farmacias particulares de primera categoría. Al abrir sus puertas la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo ofrecía 237 productos genéricos lo cual creó una posición competitiva, generando mucha inconformidad a los dueños de farmacias particulares; quienes tienen que cubrir todos los costos y se ven obligados a cargarlos al producto que ofrecen para poder obtener una utilidad para ellos razonable, meta de toda empresa privada; en cambio la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo atraía al mercado consumidor por su bajo precio. Aunque algunos consumidores confían en el precio como indicador de calidad sobre todo cuando adoptan decisiones de compra sin disponer de información completa.

Actualmente la Farmacia ofrece únicamente 17 productos, situación que favorece a las farmacias

particulares porque esta institución atrae cada día  
menos al mercado consumidor.

## CAPITULO IV

### 4. Canales de Distribución

Se conocen como canales de distribución a la ruta que toma un producto según avanza por el mercado. El canal incluye al productor, al consumidor o usuario y a cualquier intermediario involucrado en esta ruta.

#### 4.1 Naturaleza de los canales de distribución

La mayoría de los fabricantes se valen de intermediarios, para hacer llegar su producto al mercado, tratando a toda costa de crear un canal de distribución. También puede decirse que un Canal de distribución es el conjunto de compañías e individuos que adquieren derechos sobre determinado producto o mercancía al pasar esta del fabricante al consumidor o bien que colaboran en la transferencia de esos derechos /25.

#### 4.2 Funciones de los canales de distribución

Un canal de distribución hace llegar al consumidor las mercancías de los productores salva las principales brechas del tiempo, espacio y posesión que separan a los usuarios y a los bienes y servicios/26.

- 25/ Philip Kotler Fundamentos de Mercadotecnia Norhwstwrn  
University pag. 316.  
26/ 1 bid pag. 317, 318

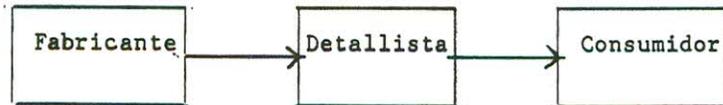
c- Funciones esenciales que cumplen los integrantes de un canal de distribución

a. Canal de Nivel Cero



Denominado también canal directo de mercadotecnia con diferentes longitudes. Está formado por un fabricante que vende directamente al público/27.

b. Canal de un Nivel



Contiene a un intermediario. En los mercados de consumo, éste suele ser un revendedor; en los mercados industriales, casi siempre es un agente de ventas o un corredor/28.

c. Canal de dos Niveles

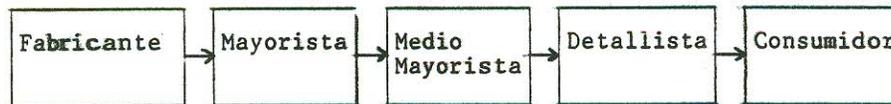


27/ Philip Kotler. Fundamentos de Mercadotecnia Northwestern University, pag. 318

28/ Ibid pag. 318

Contiene dos intermediarios. En los mercados de consumidores éstos suelen ser un mayorista y un distribuidor, en los mercados industriales pueden ser un distribuidor; en los mercados industriales pueden ser distribuidor industrial y los intermediarios/29.

d. Canal de tres Niveles



Contiene a tres intermediarios. también existen canales de más niveles pero son menos frecuentes. Desde el punto de vista del fabricante, a un mayor número de niveles de los canales corresponde menos control.

Existen varias clasificaciones de los canales de distribución, entre ellos están:

- a) **Sucursal de fabricante y oficina sucursal:** Son una extensión de la fábrica, se utiliza para vender, entregar mercancía y prestar servicios.
- b) **Mayoristas:** Intermediario que compra y revende mercancías a instituciones de Gobierno, industrias y tiendas o detalles pero que no vende en cantidades importantes al consumidor final.

29/ Philip Kotler Fundamentos de Mercadotecnia

Norhwestern University. pag. 319

- c) **Corredor:** Representantes del vendedor o del comprador que no maneja físicamente el producto, solamente proporciona información. Es frecuente encontrarlo en un mercado de exportación-importación
  
- d) **Agente del fabricante o representante:** Este canal trabaja u opera en base a un contrato vende en un territorio exclusivo y tiene facultades amplias o limitadas para fijar precios.
  
- e) **Franquicia:** Es el derecho que tiene una persona de vender y distribuir productos de un fabricante, utilizando su marca sus procedimientos de producción, distribución y venta a cambio de una regalía, fijada por el productor.

Los canales de distribución que se utilizan en la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo es de dos niveles.



Canal en donde el laboratorio vende a Droguería Nacional, como intermedio; sin que por ello exista ningún tipo de reventa al ser trasladado a la farmacia, quien de la misma manera o al mismo precio que la Droguería Nacional lo recibe del laboratorio; a ese precio la Droguería tiene que trasladarlo a la farmacia y, la farmacia lo traslada al cliente de igual forma.

#### 4.4 FUNCION DE PROVEEDOR

Los proveedores son firmas que proporcionan los recursos necesarios para que tanto la compañía como sus competidores produzcan bienes y servicios/30.

Según lo que dice Philip Kötler respecto a la función del proveedor la Droguería Nacional como único proveedor de esta farmacia no proporciona los recursos necesarios para que esta entidad pueda proporcionar el servicio al mercado de la medicina. Podríamos de esta manera ver cuál es el rol de la Droguería Nacional/31.

#### 4.5 INTERMEDIARIO:

Son firmas que ayudan a una compañía a promover, vender y distribuir sus bienes a los clientes, incluyen a los intermediarios personas o empresas que se dedican a la distribución física, las agencias de servicios o mercadotecnia intermediarios financieros.

Los intermediarios son empresas de negocios que ayudan a una compañía a encontrar o cerrar una venta con ellos/.31

#### 4.6 FIRMAS DEDICADAS A LA DISTRIBUCION FISICA

Son aquellas que colaboran con la compañía en el almacenamiento y en el envío de sus artículos de su origen a su

30/Philip Kotler. Fundamentos de Mercadotecnia. Northwestern University. pag. 91  
31/ob. cit. pag. 91  
32/ob. cit. pag. 92

destino. Los almacenes de depósito son compañías que guardan y protegen los artículos antes de llevarlos a su siguiente destino, las compañías transportistas son los ferrocarriles, las empresas de camiones transporte aéreo navegación y otros que dan servicio de traslado de mercancías, una compañía debe escoger el medio más económico de embarque, atendiendo a factores como precio, entrega, rapidez y seguridad.

La función que desde el año de 1987 la Droguería Nacional asume, es el papel de proveedor, no de intermediario sino que es un papel de distribución física ya que la Droguería puede comprar medicina a cualquier laboratorio, almacenarlo y posteriormente enviarlo a esta institución a través de las requisiciones que esta le hace a Droguería Nacional; por ello no puede recargarle ningún costo al medicamento logrando con esto trámites burocráticos, duplicidad de funciones, un recargo de gastos excesivos para el Estado; porque tiene que pagar todos los gastos de funcionamiento de la Droguería Nacional, materiales, suministros, transporte de medicina así como gastos de personal, lo mismo tiene que hacer el estado con la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo que además en su presupuesto de mantenimiento proporciona luz eléctrica y agua potable de todo el edificio que alberga a otras oficinas: Control de Alimentos, Control de Medicamentos, Area Metropolitana, Clínica de Personal del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, proporcionando además a estas dos últimas oficinas teléfono y no

permite a la farmacia rabastecerse con otros laboratorios ni permanecer con un stock aceptable ya que el rol que juega la Droguería Nacional únicamente dificulta los trámites haciéndoles cada vez más burocráticos, perjudicando la prestación del servicio haciendo que el servicio este sea cada vez más incompetente, porque esa institución compra, almacena y traslada a la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo.

Listado Mínimo de Medicamentos que la Farmacia Central Estatal EL GRAN PUEBLO debería de ofrecer al público consumidor:

No. Orden CUADRO No. 3

- |    |   |
|----|---|
| 01 | ANTIACIDOS Y FARMACOS PARA TRATAMIENTOS DE LA ULCERA PEPTICA<br>Hidróxido de Aluminio y Magnesio, suspensión 250mg, 200mg   |
| 02 | FARMACOS PARA EL TRATAMIENTO DE LA ULCERA PEPTICA (ANTAGONISTAS H2)<br>Ranitidina, tableta 150mg  |
| 03 | AGENTES ANTIESPASMÓDICOS Y ANTICOLINÉRGICOS<br>ANTIESPASMÓDICOS NATURALES O BELLADONA Y DERIVADOS   |
| 04 | Escopolamina Butilbromuro ampolla 0.6 mg<br>Hioscina hiosciamina y sus sales (antiespasmodicos simple) tableta o gragea<br>ANTIEMÉTICOS Y ANTINAUSEANTES<br>ANTIEMÉTICOS Y ANTINAUSEANTES |
| 05 | Dimenhidrinato, tableta 50 mg   |

- 06 Metoclopramida tableta 10 mg  
LAXANTES
- 07 Aceite de ricino, líquido  
TERAPIA ANTIDIABETICA  
INSULINAS
- 08 Insulina NPH vial 80-100 UI/ml  
ANTIDIABETICOS ORALES
- 09 Glibenclamida, tableta 5 mg
- 10 Clorpropamida, tableta 250 mg  
VITAMINAS
- 11 Hidroxocobalamina vial 1000 mg/ml
- 12 Tiamina, tableta 100 mg
- 13 vitamina B complejo vial 10 ml
- 14 Vitamina A,C Y D con fluor, gotas
- 15 Levadura de Cerveza, tabletas
- 16 Multivitaminas con fluor grageas  
SUPLEMENTOS MINERALES Y ELECTROLITOS CALCIO
- 17 Calcio suspensión 500 mg de ion calcio
- 18 Warfarina sódica, tableta 5 mg  
PREPARADOS ANTIANEMICOS  
PREPARADOS CON HIERRO
- 19 Ferroso Sulfato o Fumarato, tableta
- 20 Ferroso Sulfato o fumarato, jarabe 140 mg/5ml

ACIDO FOLICO

21 Acido fólico, tableta 5 mg

PRODUCTOS PARA REHIDRATAACION ORAL

22 Sales de rehidratación oral (cloruro de sodio 3.5 g  
citrato de sodio 1.5 g cloruro de potasio 1.5 g  
glucosa 20 g) sobres 27.5 g para 1000 ml.

TERAPIA CARDIACA

ANTIARRITMICOS

23 amiodarona tableta 200 ml.

Amiodarona tableta 200 mg

24 Verapamilo clorhidrato, gragea 80 mg

GLUCOSA CARDIACOS

25 Digoxina, tableta 0.25 mg

26 Digoxina, gotas 0.60 mg/ml

TERAPIA MIOCARDIACA

27 Isosorbide dinitrato, tableta sublinguales 5 mg

28 Isosorbide dinitrato, tableta 10 mg

29 Nifedipina retard, capsula 20 mg

ANTIHIPERTENSIVOS

AGENTES ANTIADRENERGICOS ACCION CENTRAL

30 Metildopa, tableta 250 mg

AGENTES ANTIADRENERGICOS ACCION PERIFERICA

31 Prazocin clorhidrato, tableta renurada 2 mg  
AGENTES QUE ACTUAN SOBRE LA MUSCULATURA LISA  
ARTERIOLAR

32 Hidralazina clorhidrato table 50 mg  
AGENTES QUE ACTUAN SOBRE EL SISTEMA RENINA  
ANGLOTENSINA

33 Captopril, comprimido ranurado 25 mg

DIURETICOS

diureticos tiazidicos

34 Hidroclorotiazida, tableta 50 mg

DIURETICOS DE CIMA ELEVADA

35 Furosemida, tableta 40 mg

AGENTES AHORRADORES DE POTASIO

36 Espironolactona, tabletas 25 mg.

DIURETICOS Osmoticos

OTROS

37 Acetazolamida, tableta 250 mg

AGENTES BETABLOQUEANTES

38 Propranolol clorhidrato tableta 40 mg

39 Atenolol, tableta 100 mg

ANTIMICOTICOS PARA USO DERMATOLOGICO

ANTIMICOTICO PARA USO TOPICO

40 Imidazolicos derivados crema 1%

ANTIMICITICOS PARA USOS SISTEMICO

Griseofulvina micronizada, tableta 500 mg

CORTICOSTEROIDES, PREPARADOS DERMATOLOGICOS CORTICOSTE  
ROIDES

42 Triamcinolona acetico, crema 0.1%

43 Hidrocortisona crema 0.5%

ANTISEPTICOS Y DESINFECTANTES

44 Peróxido de hidrogeno solución 1.5-3%

OTROS PREPARADOS DERMATOLOGICOS

45 Sulizobenzona, loción 10%

ANTIINFECCIOSOS

46 Imedazolicos derivados, óvulo 100 mg

47 Metronidazol óvulo 500 mg

CORTICOSTEROIDES PARA USO SISTEMICO SIMPLE

48 Dexametasona tableta 0.5 mg

49 Prednisona tableta 5 mg

TERAPIA TIROIDEA

PREPARACIONES DE TIROIDES

50 liotironina, tableta 25 mg

PREPARACIONES ANTITIROIDES

51 Metimazol, tableta 5 mg

ANFENICOLES

- 52 Cloranfenicol capsulas o comprimida 250 mg  
53 Cloranfenicol suspensión 125 mg/5ml

CEFALOSPORINAS

- 54 Cefalosporina primera generación(cefradina,cefaxelina  
capsula 250 mg  
55 Cefalosporina primera generación(cefradina cefalexina  
Suspensión 125 mg/5ml

MACROLIDOS

- 56 Clindamicina capsula 150 mg  
57 Clindamicina vial 600 mg/4 ml  
58 Eritromicina Estereato o etilsuccinato, tableta 500mg  
59 Eritromicina Estereato o etilsuccinato,suspensión 250  
mg/5ml.

PENICILINAS

- 60 Ampicilina tableta 500 mg  
61 Ampicilina suspensión 250 mg/5 ml  
62 Dicloxacilina,suspensión 125 mg/5 ml  
63 Dicloxacilina suspensión 250 mg  
64 Penicilina procaina vial 4.000,000 UI  
65 Penicilina Benzatínica Vial 1,200.000 UI  
66 Penicilina Benzatínica vial 2,400.000 UI

- TETRACICLINAS
- 67 Teraciclina tableta 500 mg
- QUIMIOTERAPEUTICOS PARA USO SISTEMATICO
- SULFONAMIDAS
- 68 Trimetropim sulfametoxazol, tableta 80mg/400 mg
- 69 Trimetropim sulfametoxazol, suspensión 40 mg/200 mg  
5 ml
- QUIMIOTERAPIA PARA TUBERCULOSIS Y LEPRO
- ANTITUBERCULOSOS
- 70 Etambutol, tableta 400 mg
- ANTIMICOTICOS PARA USO SISTEMICO
- 71 Ketoconazol, tableta 400 mg
- 72 Nistatina, suspensión 100,000 UI/ml
- PRODUCTOS ANTIINFLAMATORIOS Y ANTIRREUMATICOS
- PRODUCTOS ANTIRREUMATICOS Y ANTIINFLAMATORIOS NO  
ESTEROIDES
- 73 Ibuprofeno, tableta o gragea 400 mg
- 74 Indometacina capsula 25 mg
- 75 Piroxicam, tableta o capsula 20 mg
- 76 Naproxeno, suspension 26 mg/ml
- RELAJANTES MUSCULARES DE ACCION CENTRAL
- 77 Meprobamato, tableta 400 mg
- 78 Metocarbamol, tableta 500 mg
- PREPARACIONES PARA ARTRITIS POR HIPERURICEMIA
- 79 Alopurinol, tableta o capsula 100 mg

80 Colchicina, tableta 0.5 mg  
81 Probenecid, tableta 500 mg  
ANALGESISCOS  
OTROS ANALGESISCOS Y ANTIPIRETICOS  
82 Acido Acetil Salicílico, tableta 100 mg  
83 Acido acetil salicílico, tableta 500 mg  
84 Paracetamol tableta 500 mg  
85 Paracetamol jarabe 120 mg/5 ml  
ANTIPILEPTICOS  
86 Carbamazepina, tableta 200 mg  
87 Fenitoina sódica, suspensión 125mg.5 ml  
88 Fenitoina sódica, capsula 100 mg  
89 Fenobarbital elixir 20 mg/5 ml  
90 Fenobarbital, tableta 100 mg  
AGENTES ANTICOLINERGICOS  
91 Trihexifenidilo, tableta o capsula 5 mg  
92 Biperideno lactado, ampolla 5 mg/ml  
93 Carbidopa y levodopa, tableta 25 mg/250 mg  
ANTIPSICOTICOS  
94 Clorpromazina ampolla 25 mg  
95 Haloperidol tableta 2 mg  
96 Haloperidol tableta 5 mg  
97 Levopromazina, tableta 100 mg  
98 Levopromazina, tableta 25 mg  
99 Levopromazina, jarabe 25 mg/5 ml

#### ANSIOLITICOS

- 100 Clordiazepoxido tableta 10 ml  
101 Diazepan tableta 5 mg

#### HIPNOTICOS

- 102 Benzodiazepina hipnotica Flunitrazepam, capsula 2 mg  
Nitrazepam, tableta 5 mg. Loprazolan, tableta 2 mg  
103 Amitriptilina, tableta 25 mg  
104 Imipramina, gragea 10 mg  
105 Imipramina tableta 25 mg

#### ANTIPROTOZOARIOS

- 106 Amitriptilina, tableta 25 mg  
107 Diyodohidroxiquinoleina, tableta 650 mg  
108 Diyodohidroxiquinoleina suspensión 210 mg/5 ml  
109 Metronidazol tableta 250 mg  
110 Metronidazol, suspensión 125 mg/5 ml  
111 Primaquina tableta 15 mg  
112 Primaquina tableta 5 mg  
113 Tinidazol tableta 500 mg  
114 Tinidazol suspensión 1g/5 ml

#### ANTIHELMINTICOS

- 115 Mebendazol, tableta 100 mg  
116 Mebendazol, suspensión 100 mg/5 ml  
117 Niclosamida, tableta 500 mg

ECTOPARASITICIDAS, INCLUYENDO ESCABICIDAS

- 118 Benzoato de Bencilo loción 25 %  
119 Lindano (hexacloruro de gemmabenceno)loción 1%

ANTIASMATICOS

Adrenergicos inhalantes

- 120 Salbutamol sulfato, aerosol 100mg/inhalación 200-250  
dosis

ADRENERGICOS PARA USO SISTEMATICO

- 121 Salbutamol tableta 4 mg  
122 Salbutamol jarabe 2 mg/5 ml

OTROS ANTIASMATICOS PARA USO SISTEMATICO

- 123 Teofilina de acción prolongada, tableta ranurada  
300mg  
124 Teofilina de acción prolongada, tableta ranurada 300  
mg

MUCOLITICOS Y ESPECTORANTE

- 125 Guayacolato de Glicerilo, jarabe 100mg/5 ml

ANTIISTAMINICOS PARA USO SISTEMATICO

- 126 Clorfeniramina, jarabe 2 mg/5 ml o difenhidramina  
jarabe 12.5 mg/5 ml  
127 Clorfeniramina, tableta 4 mg o Difenhidremina tableta  
50 mg

ANTIINFECCIOSOS

- 128 Cloranfenicol, gotas 0.5%  
129 Cloranfenicol, Unguento 1%  
130 Sulfacetamida, gotas 10%  
131 Sulfacetamida, unguento 10%  
132 Tetraciclina, unguento 1%

AGENTES ANTIINFLAMATORIOS

- 133 Acetato de prednisona, gotas 1%

PREPARACIONES ANTI-GLAUCOMA Y MIOTICOS

- 134 Pilocarpina clorhidrato, gotas 2%  
135 Pilocarpina clorhidrato, gotas 4%

DESCONGESTIONANTES Y ANTIALERGICOS

- 136 Fenilefrina clorhidrato, gotas 105  
137 Oximetazolina, gotas 0.05%  
138 Oximetazolina, gotas 0.025%

4.7 Comportamiento de la Demanda

La demanda esta expresada en la tablas o listas tabulares de las cantidades demandadas a los distintos precios. Esta tiene por objeto demostrar y cuantificar la existencia, en ubicaciones geográficamente definidas, de individuos o entidades organizadas que son consumidores o usuarios actuales potenciales del bien o servicio que se piensa ofrecer/33.

- 33/ Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social  
ILPES. Guía para la presentación de Proyectos 9a. Edición.  
México Editorial siglo XXI. Año 1,990

Cuando nos referimos a la demanda de bienes, debemos tener claro que si se demandan éstos es precisamente porque son útiles, porque son demandados por todas aquellas personas que lo necesitan.

Otros aspectos importantes de la demanda son:

1. Está en relación con la elevación del máximo de su satisfacción.
2. Existe una demanda por un bien cuando es útil.
3. Toda demanda debe estar respaldada por una capacidad de compra en la medida que los bienes económicos tienen un precio.
4. La cantidad demandada se define en un tiempo determinado  
La demanda del mercado de la medicina la constituye los diversos sectores pero especialmente las personas de bajos recursos que viven en el área metropolitana así como en los municipios y departamentos cercanos que recurren, en busca del servicio a bajo costo. En los últimos cuatro años se han observado cambios importantes muy considerables en cuanto a que la oferta no puede satisfacer a la demanda por situaciones legales según disposiciones del Acuerdo Gubernativo.

#### 4.8 DEMANDA ACTUAL

La demanda actual del mercado de la medicina de la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo en su mayoría son las personas de bajos recursos que a diario buscan el servicio de medicina bajo costo, es posible apreciar que a pesar de la poca existencia de medicina en esta farmacia las personas que recurren a esta no se les puede prestar el servicio aunque la demanda según la encuesta sea aceptable, esta no es cubierta por no haber disposición de medicamentos debido a factores políticos derivados del Acuerdo Gubernativo de creación, por lo que se ven en la necesidad de recurrir a las farmacias particulares para satisfacerse.

#### 4.9 DEMANDA INSATISFECHA

Se define como aquella parte de la demanda planeada en términos reales en que esta excede de la oferta planeada y por tanto no puede hacerse compra efectiva de bienes y servicios.

En relación a lo anterior la demanda no cubierta por la farmacia según datos y la observación registrada de cada diez personas que llegan en busca del servicio; una es atendida, constituyendo esto un 7% de los 237 productos con que inició la Farmacia lo mismo ocurre con las llamadas telefónicas que se reciben preguntando por medicina.

#### 4.10 DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial la obtenemos estudiando las necesidades potenciales del producto sin tomar en cuenta si la población estará dispuesta a adquirir y sin importar que posea o no la capacidad adquisitiva económica.

La demanda Potencial también se le dice a aquella que está representada por la cantidad del producto que los consumidores necesitan o desean comprar.

La Demanda Potencial de la Farmacia Central Estatal **El Gran Pueblo** la constituyen un 60% de las personas que viven en el área metropolitana, municipios y departamentos cercanos que consumen medicamentos genéricos, para curarse, mantenerse o prevenir enfermedades.

#### 4.11 PROYECCION DE LA DEMANDA

El futuro de la demanda está basado principalmente en el comportamiento que se asuma respecto a la oferta del mercado de la medicina de la Farmacia Central Estatal **El Gran Pueblo** es un panorama incierto ya que esta situación obedece a situaciones puramente de orden político y depende principalmente del Gobierno Central en seguir prestando o no el servicio a bajo costo ya que tiene aceptación. En los últimos años esta institución a operado con un margen de ganancia. En el año 1993 se obtuvo una ganancia neta de Q11,858.45, en el año 1994 de Q 3,774.56.

#### 4.12 MERCADO META

En la estrategia de mercadotecnia se describen los segmentos del mercado en que se concentrará la firma. Los segmentos difieren en sus preferencias, reacciones ante el esfuerzo de mercadotecnia y en su rentabilidad. La compañía hará bien en concentrar sus recursos y energía en los que se ofrecen mejores oportunidades desde el punto de vista de la competencia. Deberá idear una estrategia de mercadotecnia para cada segmento seleccionado/34.

El mercado meta de la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo será exclusivamente el sector de bajos recursos por el tipo de servicio y por el costo de la medicina que es bajo.

#### 4.13 PUBLICIDAD

Son formas no personales de la comunicación, que se llevan a cabo mediante los medios pagados y bajo un patrocinio claro. También son actividades involucradas en la presentación de un mensaje impersonal pagadas por un patrocinador identificado, acerca de una organización y/o sus productos servicios ideas.

En la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo únicamente

34/ Philip Kotler. Fundamentos de Mercadotecnia. Northwestern University. pag. 437

existe un rótulo grande en la puerta principal y la publicidad se da cuando la realiza el Gobierno Central y el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, mediante anuncios en Televisión y radio o verbal.

## CONCLUSIONES

1. La Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo, cumple una función eminentemente social orientada principalmente a favorecer a las personas de escasos recursos económicos.
2. La oferta de medicamentos genéricos en la Farmacia Central Estatal, la constituyen únicamente 17 productos de los 237 que se ofrecían cuando inició sus operaciones la farmacia; pese a que las Autoridades han realizado los trámites respectivos, para que provean los medicamentos más urgentes.
3. El precio de los productos genéricos que ofrece la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo tienen una diferencia promedio de 171.39% en relación a los precios de las farmacias particulares, situación que beneficia a la población a la que está dirigida.
4. El Acuerdo Gubernativo 141-87 en su artículo 3 que el reabastecimiento de productos medicinales la Farmacia Estatal El Gran pueblo deberá efectuarlos exclusivamente en Droguería Nacional, institución que no mantiene existencias aceptables para satisfacer al mercado de la medicina, dificultando que esta farmacia pueda prestar el servicio, y llevándola a ofrecer cada vez menos productos.

5. Que el Acuerdo Gubernativo No. 141-87 que rige el funcionamiento de las farmacias estatales en su artículo 4o. indica la elaboración de órdenes de compra y pago tipo "A", así como el instructivo elaborado por el Ministerio de Finanzas Públicas en cuanto a la elaboración de órdenes de compra y pago tipo "B", limitan a la farmacia a que pueda rebastecerse de medicamentos y poder satisfacer la demanda.
  
6. El funcionamiento eficiente que se demostró al abrir la Farmacia Central Estatal **El Gran Pueblo** sus operaciones era un buen aliciente porque se adquirirían fármacos o precios módicos, ante la constante escalada de precios en el mercado de la medicina.

## RECOMENDACIONES

1. Es necesario que el Gobierno Central a través de la Institución respectiva realice los trámites convenientes para que Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo pueda seguir prestando el servicio el cual es eminentemente social.
2. El problema de la oferta que afronta la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo se debe exclusivamente a que la Droguería Nacional como único proveedor no cuenta con los medicamentos necesarios por lo que es urgente que las autoridades del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social intervengan a efecto de que se logre incrementar la lista de 17 productos genéricos que actualmente se ofrecen.
3. Es importante que la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo preste el servicio de venta de medicamentos a bajo precio, porque las personas que recurren en busca del servicio son de bajos recursos económicos y no tienen acceso a la compra de los medicamentos en las farmacias particulares por su precio tan elevado.
4. Que se modifique el Acuerdo Gubernativo 141-87 en sus Artículos 3 y 4 para que la Farmacia Central Estatal El Gran

Pueblo pueda reabastecerse con otros laboratorios de marcas conocidas, y pueda satisfacer al mercado de la medicina para que esta institución proyecte una nueva imágen y pueda cumplir con el objetivo para el cuál fué creada.

5. Es por ello que el Gobierno Central a través de las Autoridades del ministerio de Salud Pública y Asistencia Social debe brindar la atención necesaria para que esta institución pueda prestar un mejor servicio.
6. De no tomar medidas correctivas la Farmacia se convertirá en un ente que no cumple con los objetivos de su creación.
7. Que el Ejecutivo haga la debida dotación de insumos capaz de superar la crisis latente que agobia a la población urgida por el abastecimiento de la Farmacia Central Estatal El Gran Pueblo para que pueda responder a las demandas generalizadas.

BIBLIOGRAFIA:

1. Angela del Carmen García. Fundamentos Básicos de Aprendizaje para los Auxiliares de Farmacia. Tesis. Facultad de Ciencias Químicas. USAC 1979.
2. Danilo Alfonso Mendoza Sarceño. Planeación de Productos Nuevos en la Industria y Farmaceutica. Tesis. Facultad de Ciencias Económicas, Guatemala. Abril 1, 1983.
3. Folleto Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia. USAC.
4. Centro Guatemalteco de Información de Medicamentos. CEGIMED. INTECAP. Módulo Leyes y Reglamentos del Código de Salud/DT-433-53-18.6-1/90.
5. intecap. Farmacología. DT-433-53-18.5-1/90
6. INTECAP. Farmacia Magistral. DT-433-53-18.3-1/90
7. INTECAP. Leyes y Reglamentos, Auxiliares de Farmacia. DT-433-53-18.6-1/90
8. Philip Kotler. Fundamentos de Mercadotecnia. Northwestern University. Pags. 648.
9. Presidencia de la República. Secretaría General Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. "Registros de Decretos, Acuerdos y Títulos. Acuerdos de Salud.
10. William J. Staton. Fundamentos de Mercadotecnia Séptima Edición. (Tercera Edición en Español)