

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS QUIMICAS Y FARMACIA

EL PERFIL OCUPACIONAL DEL QUIMICO FARMACEUTICO EN LA

VISITA MEDICA

INFORME DE TESIS

PRESENTADO POR

RAUL MENDOZA PAREDES

PARA OPTAR POR EL TITULO DE

QUIMICO FARMACEUTICO

GUATEMALA JULIO DE 1994

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

DL
06
T(662)RF

JUNTA DIRECTIVA DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS QUIMICAS Y FARMACIA

DECANO	LIC. JORGE RODOLFO PEREZ FOLGAR.
SECRETARIA	LICDA. ELEONORA GAITAN IZAGUIRRE.
VOCAL I	LIC. MIGUEL ANGEL HERRERA GALVEZ.
VOCAL II	LIC. GERARDO LEONEL ARROLLO CATALAN.
VOCAL III	LIC. MIGUEL ORLANDO GARZA SAGASTUME.
VOCAL IV	BR. JORGE LUIS GALINDO AREVALO.
VOCAL V	BR. EDGAR ANTONIO GARCIA DEL POZO.

ACTO QUE DEDICO

A DIOS :

Por darme el divino don del entendimiento y permitirme alcanzar mis anhelos.

**A MI MADRE :
DORA ALICIA PAREDES DE MENDOZA.
(Q.E.P.D.)**

Por los esfuerzos y amor que siempre me brindó y sin los que nada hubiera logrado.

**A MI PADRE :
RAUL MENDOZA R.**

Por el incondicional cariño y apoyo que siempre me ha dado

**A MI ESPOSA :
GILDA RAQUEL PAZ MARROQUIN.**

Por el amor y comprensión que siempre me ha brindado.

**A MIS HIJOS :
JOSE DAVID, ANNY y DORIS**

Por su cariño, que será el impulso y aliento de mi vida.

**A MI HERMANA Y MI SOBRINO :
EMILTZE Y BRAYNEEN**

Por su cariño fraternal.

**A MIS AMIGOS :
JUAN FERNANDO, FERNANDO, HEBERT
TONO, LICETTE, ANA LUISA, IRIS
MSc. LUIS HUGO SANTACRUZ C.**

Por su sincera amistad.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad de San Carlos de Guatemala.

A la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia.

A la asesora del presente trabajo, Licenciada Gloria Elizabeth Navas Escobedo.

A todas las personas que colaboraron en la realización de esta Tesis.

INDICE

1. RESUMEN	01
2. INTRODUCCION	03
3. ANTECEDENTES	05
4. JUSTIFICACIONES	06
5. OBJETIVOS	07
6. HIPOTESIS	08
7. MATERIALES Y METODOS	09
8. RESULTADOS	14
9. DISCUSION DE RESULTADOS	41
10. CONCLUSIONES	46
11. RECOMENDACIONES	48
12. REFERENCIAS	50
13. ANEXOS	52

1. RESUMEN

Este trabajo, trató de evaluar si el perfil profesional del Químico Farmacéutico es adecuado para su desempeño en el campo de la Visita Médica, por medio de encuestas dirigidas a un grupo seleccionado de Médicos catalogados como "líderes de opinión" de la ciudad capital y de las principales cabeceras departamentales; una encuesta a profesionales Químicos Farmacéuticos con experiencia en Visita Médica, y otra a los gerentes y supervisores de compañías Farmacéuticas que tengan entre sus Visitadores Médicos a Químicos Farmacéuticos.

Se hicieron un total de 114 encuestas a Médicos, 20 a Químicos Farmacéuticos con experiencia en Visita Médica y 6 a gerentes y/o supervisores de empresas Farmacéuticas con Visitadores Médicos Químicos Farmacéuticos.

Se determinó que el perfil del Químico Farmacéutico sí cumple en forma satisfactoria las expectativas de desempeño en la Visita Médica en Guatemala. Además, se comprobó que el Químico Farmacéutico tiene buena aceptación ante el gremio Médico, el 92.98% de los Médicos encuestados está siendo visitado profesionalmente por Químicos Farmacéuticos; el 92.11% piensa que el Químico Farmacéutico les puede dar un mejor servicio en este campo y el 68.42% ha comentado sus inquietudes sobre medicamentos o temas relacionados a Químicos Farmacéuticos que los visitan.

En las encuestas a Químicos Farmacéuticos se comprobó que el 90.00% de estos profesionales piensa que tiene las bases necesarias para aplicar sus conocimientos en el campo de la Visita Médica. El 70.00% piensa que se debe diversificar y especializar la carrera para lograr mejores resultados en su trabajo, y que se deben reforzar y enfocar de forma diferente ciertos cursos del pensum de estudios especialmente Administración de Empresas, Farmacología y Anatomía y Fisiopatología.

Los gerentes y supervisores de Compañías Farmacéuticas con Visitadores Médicos Químicos Farmacéuticos, califican su trabajo como bueno (66.67%) y como excelente (33.33%) y piensan que la aceptación de sus visitadores ante los Médicos es buena (50%) a excelente (50%).

2. INTRODUCCION

Tradicionalmente el profesional Químico Farmacéutico se ha desarrollado en Guatemala en 3 campos profesionales : la industria farmacéutica (producción, control de calidad, investigación y desarrollo etc.), las regencias farmacéuticas (droguerías, farmacias, laboratorios.) y por último, la docencia.

En la actualidad se está desarrollando otro campo de acción en Guatemala, siendo éste el área de la visita médica profesional.

Nunca antes, se había trabajado este campo en forma significativa por Químicos Farmacéuticos que siendo profesionales expertos en la fabricación, uso y dosificación de medicamentos, están ampliamente capacitados para realizar las funciones de promoción de medicamentos y asesoramiento a médicos, por lo que no es de extrañar que compañías Farmacéuticas con experiencia en países donde la visita médica es realizada con mucho éxito por Químicos Farmacéuticos hayan empezado su reclutamiento en Guatemala.

En este trabajo, se trata de evaluar el perfil ocupacional del Químico Farmacéutico en el campo de la visita médica tanto en la ciudad capital como en las cabeceras departamentales de todo el país por medio de encuestas dirigidas a un grupo seleccionado de Médicos para conocer la opinión global de éstos acerca del desempeño del Químico Farmacéutico en esta área.

Por otro lado, se realizaron encuestas a Químicos Farmacéuticos con experiencia en este campo de trabajo, para saber cuáles eran las inquietudes, problemas y en general, las experiencias con las que se han enfrentado, para ayudar a mejorar la preparación académica de futuros profesionales que estén interesados en este campo laboral.

Por último, se hicieron encuestas a gerentes y supervisores de empresas Farmacéuticas para conocer su opinión acerca del desempeño de sus Visitadores Médicos Químicos Farmacéuticos, y el grado de aceptación de éstos, ante el gremio médico.

3. ANTECEDENTES

No existe hasta la fecha en la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia ningún estudio sobre el perfil del Químico Farmacéutico en el área de la visita médica específicamente, aunque sí existen trabajos relacionados al tema de este estudio.

Mejía Reyes, Gilvia A. realizó un trabajo de tesis en donde se determinó El perfil académico de los estudiantes que egresaron de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala (1).

Cabrera M, Mauricio realizó el trabajo de tesis Perfil ocupacional del Químico Farmacéutico en el Area de Mercadeo y Ventas de Productos Farmacéuticos (2).

4. JUSTIFICACIONES

Actualmente el Químico Farmacéutico está ampliando su campo de trabajo, desempeñándose profesionalmente en áreas en que no incursionaba con anterioridad.

Según los datos que se obtuvieron para la presente investigación, el número de Químicos Farmacéuticos que trabajan en la Visita Médica ha ido en constante aumento, en 1990 habían en el campo solamente 6, mientras que en la actualidad trabajan como Visitadores Médicos alrededor de 20 a 25, razón por la que se consideró conveniente realizar este estudio que determinó el perfil ocupacional del Químico Farmacéutico en este campo de desempeño profesional.

Así mismo, el presente estudio es un aporte al proceso de readecuación curricular de la Escuela de Química Farmacéutica, pues siendo la Visita Médica una nueva área laboral para el Químico Farmacéutico, es importante conocer las características particulares de este campo profesional de trabajo.

Esta investigación se realizó por medio de encuestas a Médicos, Químicos Farmacéuticos que trabajan en la Visita Médica y a personeros de la Industria Farmacéutica que proporcionaron información actualizada de los problemas y necesidades específicas de este campo.

5. OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GENERAL :

Contribuir al proceso de cambios curriculares de la Escuela de Química Farmacéutica de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, aportando información actualizada del campo de la Visita Médica en Guatemala.

5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS :

- 5.2.1 Determinar el perfil ocupacional del Químico Farmacéutico en el desempeño de la Visita Médica en Guatemala.
- 5.2.2 Determinar el grado de aceptación del Químico Farmacéutico como Visitador Médico profesional ante el gremio Médico.
- 5.2.3 Determinar si el Médico prefiere un Visitador Médico con formación profesional, Químico Farmacéutico, para aclarar sus dudas y puntos de vista o solamente una promoción publicitaria de los productos.
- 5.2.4 Determinar si el Médico solicita la asesoría del Químico Farmacéutico que realiza Visita Médica.

6.

HIPOTESIS

El perfil profesional del Químico Farmacéutico responde en forma satisfactoria a las expectativas de desempeño del área de la Visita Médica.

7. MATERIALES Y METODOS

7.1 UNIVERSO DE TRABAJO :

7.1.1 Grupo seleccionado de Médicos de la ciudad capital, así como de los departamentos del país, reconocidos por sus aptitudes, destreza y dedicación como " líderes de opinión" dentro de la comunidad Médica de nuestro país.

7.1.2 Químicos Farmacéuticos que trabajen en el campo de la Visita Médica.

7.1.3 Gerentes y/o Supervisores de Compañías Farmacéuticas con Visitadores Médicos Químicos Farmacéuticos.

7.2 MEDIOS :

7.2.1 RECURSOS HUMANOS :

Estudiante investigador : Raúl Mendoza Paredes.

Asesora de Tesis : Licenciada Gloria E. Navas Escobar

Se contó además con la colaboración de Profesionales Químico Farmacéuticos con experiencia laboral en el área de Visita Médica que distribuyeron y recolectaron las encuestas a Médicos, Gerentes y Supervisores de las casas Farmacéuticas con las que trabajan así como con las encuestas dirigidas a Químicos Farmacéuticos.

7.2.2 **MATERIALES :**

Hojas de encuestas para evaluación de los criterios de los Médicos (anexo 13.3), Químicos Farmacéuticos que trabajan en Visita Médica (anexo 13.4) y Gerentes y Supervisores de Compañías Farmacéuticas (anexo 13.5), según sea el caso.

7.3 **PROCEDIMIENTO :**

7.3.1 Investigación de los antecedentes relacionados con el presente trabajo.

7.3.2 Selección de la muestra a investigar y diseño del muestreo.

7.3.3 Diseño de las encuestas de acuerdo a la información que se deseó conocer según cada caso.

7.3.4 Reproducción y distribución de las encuestas.

7.3.5 Distribución de las encuestas al total de Médicos que conforman la muestra, así como a Químicos Farmacéuticos que trabajen en Visita Médica y a los gerentes y/o supervisores de sus respectivas compañías.

7.3.6 Obtención de la información requerida a través de la recolección de la totalidad de las encuestas.

7.3.7 Tabulación y análisis estadístico de las encuestas.

7.3.7.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACION :

7.3.7.1.1 DISEÑO DEL MUESTREO :

Para determinar el tamaño de la muestra del grupo seleccionado de Médicos " líderes de opinión " tanto en la Capital como en el interior del país se usó la siguiente fórmula :

$$n = \frac{N pq}{(N-1) \frac{(LE)^2}{2} + pq}$$

En donde :

n = numero de elementos de los que consta la muestra.

N = población de médicos de interes.

LE = limite de error en la estimación (10% = 0.1)

p = proporción supuesta de casos que interesan (0.5)

q = proporción de casos restantes (0.5)

NC = nivel de confianza, para este caso (NC = 95%) y

$$NC = Z \alpha/2 \approx Z = 1.96$$

Para calcular el numero (n), se entrevistó a un grupo de Químicos Farmacéuticos que actualmente trabajan en la Visita Médica, y se llegó a la conclusión de que el número de Médicos considerados " líderes de opinión " en nuestro país es de aproximadamente (500) por lo cual se tomó este numero como (N).

Sustituyendo valores en la ecuación se tiene :

$$n = \frac{(500) (0.5)^2}{(500-1) \frac{(0.1)^2}{(1.96)^2} + (0.5)^2} \quad \text{entonces } n = 81$$

En la práctica, se realizaron un total de 114 encuestas a médicos, en un muestreo por conveniencia, tomando como base los listados de Químicos Farmacéuticos que trabajan en la Visita Médica dejando a criterio de cada uno éstos últimos, la selección de 5 de sus Médicos que pudieran catalogarse como "líderes de opinión" en la capital y cabeceras departamentales que visitan.

Para las encuestas a Químicos Farmacéuticos y Gerentes y Supervisores de compañías Farmacéuticas se tomó la totalidad de los elementos.

7.3.7.1.2 ANALISIS DE RESULTADOS :

Los resultados de las encuestas se expresaron en porcentajes con tablas y gráficas haciendo una estimación de lo que interesa a la población de Médicos seleccionada, así como a los Químicos Farmacéuticos con experiencia en el campo de la Visita Médica y a los Gerentes y Supervisores de empresas Farmacéuticas.

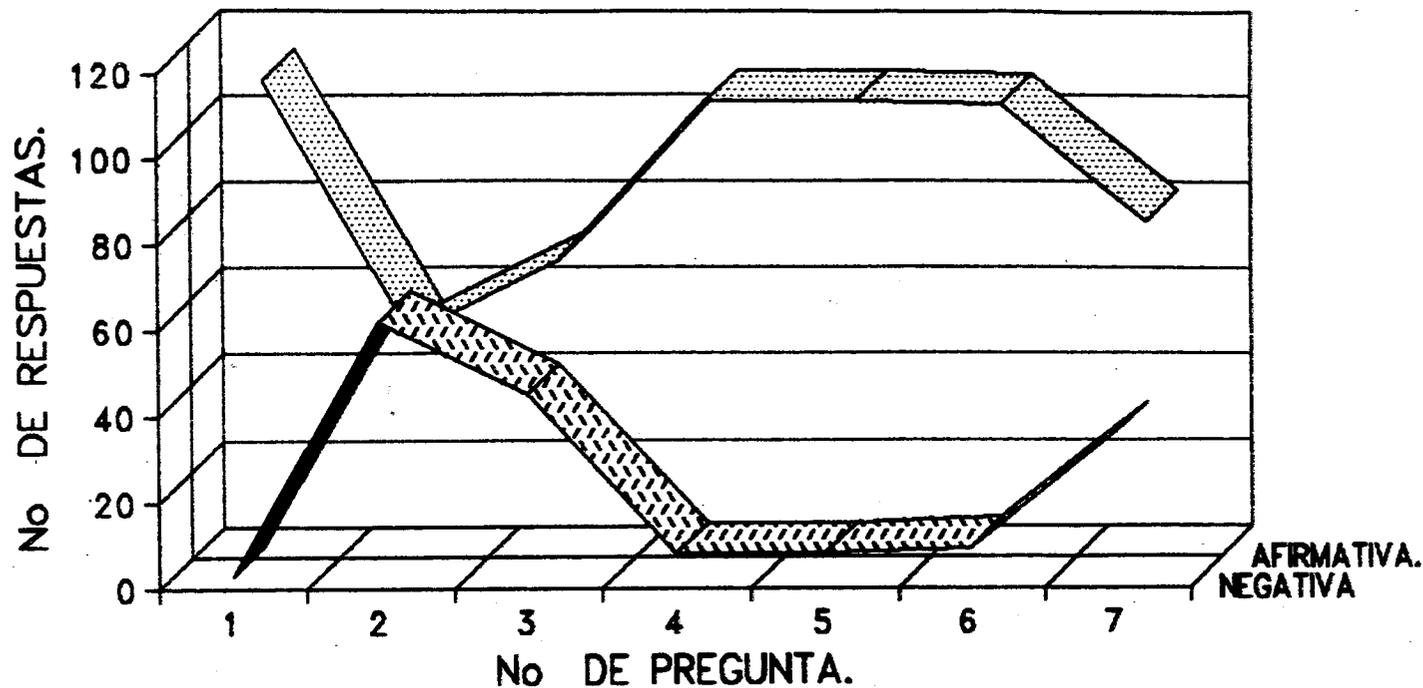
B. RESULTADOS

Los resultados de las encuestas se presentan en tablas y gráficas para su mejor interpretación; las encuestas que se hicieron a Médicos seleccionados, Químicos Farmacéuticos y Gerentes o Supervisores de empresas Farmacéuticas pueden verse en los anexos 13.3, 13.4 y 13.5 respectivamente.

**TABLA 1
ENCUESTAS A MEDICOS SELECCIONADOS.**

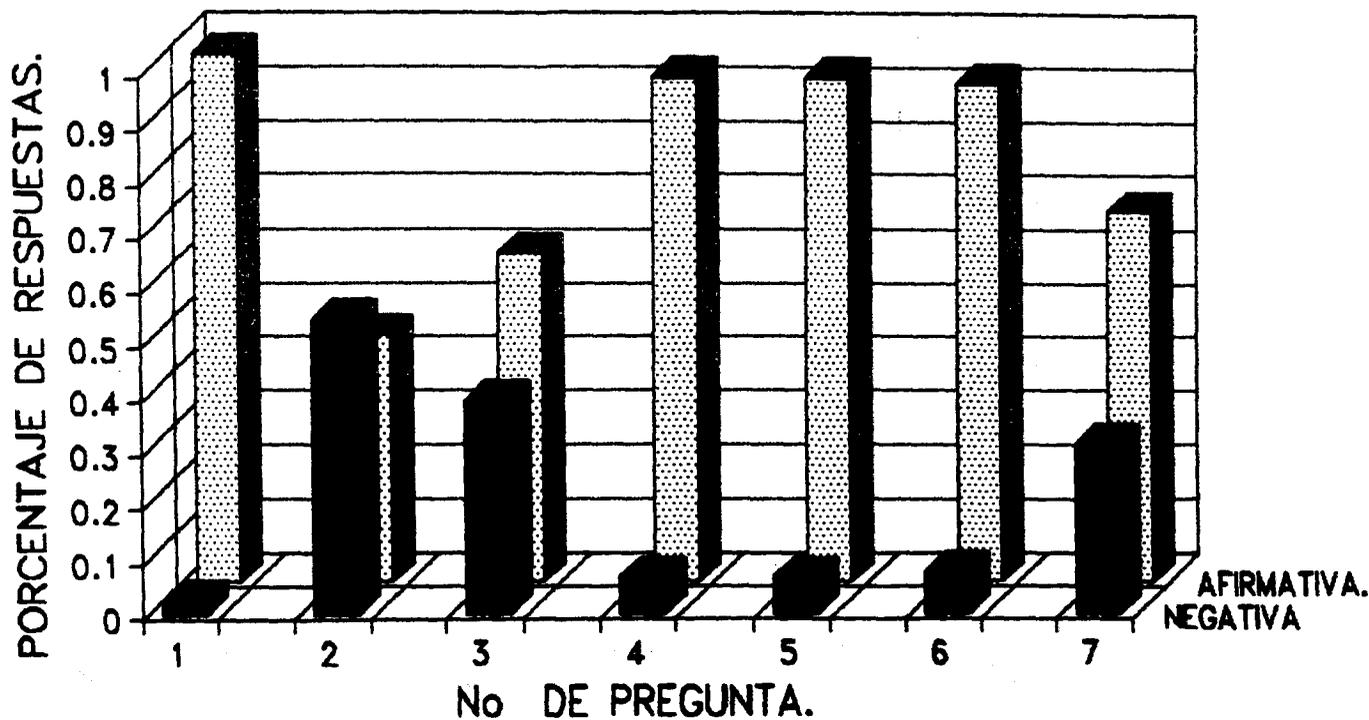
NUMERO DE PREGUNTA	RESPUESTA AFIRMATIVA	PORCENTAJE DEL TOTAL	RESPUESTA NEGATIVA	PORCENTAJE DEL TOTAL	TOTAL DE ENCUESTAS
1	111	97.37%	3	2.63%	114
2	52	45.61%	62	54.39%	114
3	69	60.53%	45	39.47%	114
4	108	92.98%	6	7.02%	114
5	108	92.98%	6	7.02%	114
6	105	92.11%	9	7.89%	114
7	78	68.42%	36	31.58%	114

GRAFICA 1
ENCUESTA A MEDICOS SELECCIONADOS.



GRAFICA 1. : ESTA GRAFICA PRESENTA LAS RESPUESTAS DADAS POR LOS MEDICOS ENCUESTADOS A LAS 7 PREGUNTAS QUE SE LES FORMULARON, LA CINTA DE ARRIBA SON LAS RESPUESTAS AFIRMATIVAS Y LA CINTA DE ABAJO MUESTRA LAS RESPUESTAS NEGATIVAS.

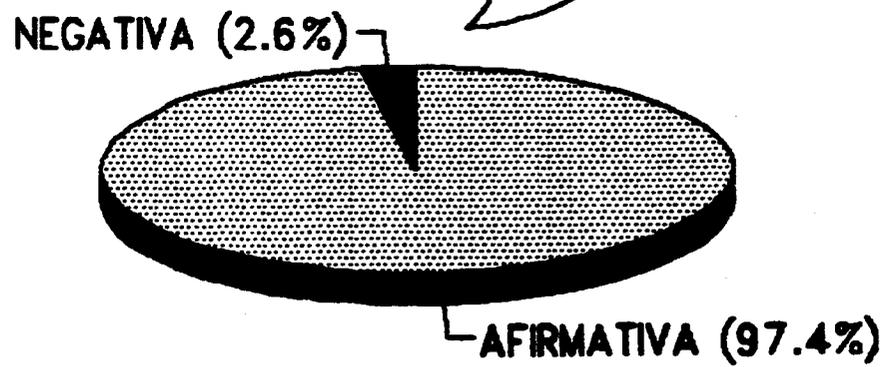
GRAFICA 2
ENCUESTA A MEDICOS SELECCIONADOS.



GRAFICA 2 : ESTA GRAFICA PRESENTA LOS PORCENTAJES DE LAS RESPUESTAS DADAS POR LOS MEDICOS A LAS 7 PREGUNTAS FORMULADAS, LAS BARRAS DE ATRAS, REPRESENTAN EL PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS Y LAS BARRAS DE ADELANTE EL PORCENTAJE DE RESPUESTAS NEGATIVAS

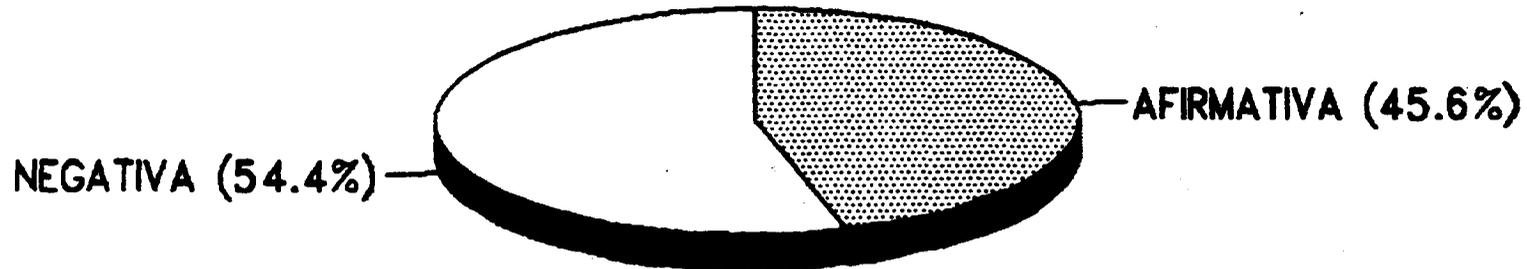
**GRAFICA 3
ENCUESTA A MEDICOS SELECCIONADOS.**

EL 97.4% DE LOS MEDICOS ENCUESTADOS CONSIDERA QUE ES IMPORTANTE LA PREPARACION CIENTIFICO - PROFESIONAL DEL VISITADOR MEDICO.



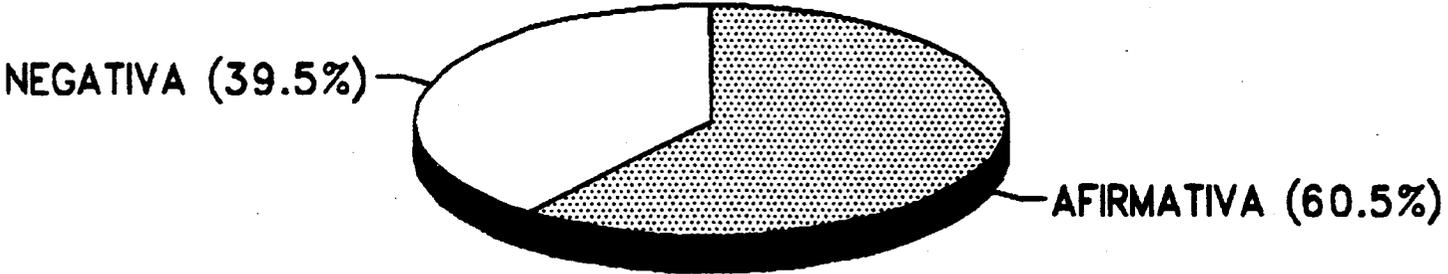
GRAFICA 4
ENCUESTA A MEDICOS SELECCIONADOS.

EL 54.4% DE LOS MEDICOS ENCUESTADOS CREE QUE LA PREPARACION DEL VISITADOR MEDICO PROMEDIO NO ES ADECUADA, UN 45.6% PIENSA QUE SI LO ES.



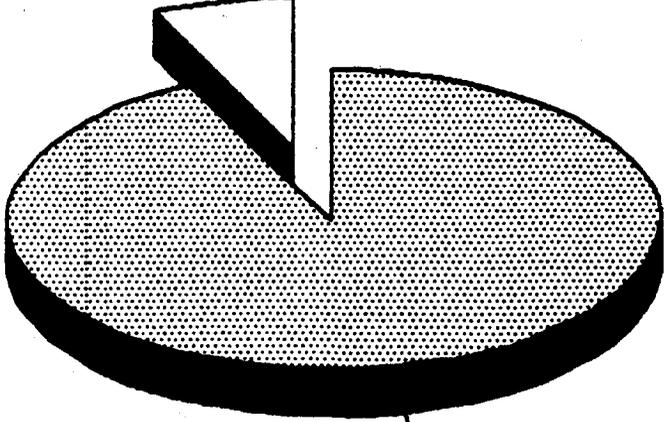
**GRAFICA 5
ENCUESTA A MEDICOS SELECCIONADOS.**

EL 60.5% DE LOS MEDICOS ENCUESTADOS PIENSA QUE LOS LABORATORIOS FARMACEUTICOS LES DAN BUENA PREPARACION Y ENTRENAMIENTO A SUS VISITADORES MEDICOS

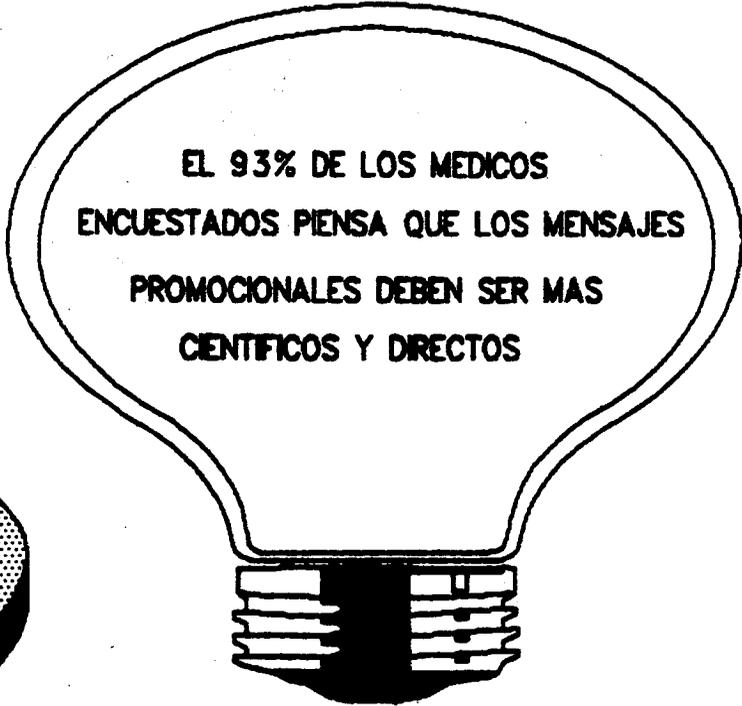


GRAFICA 6
ENCUESTA A MEDICOS SELECCIONADOS.

NEGATIVA (7.0%)

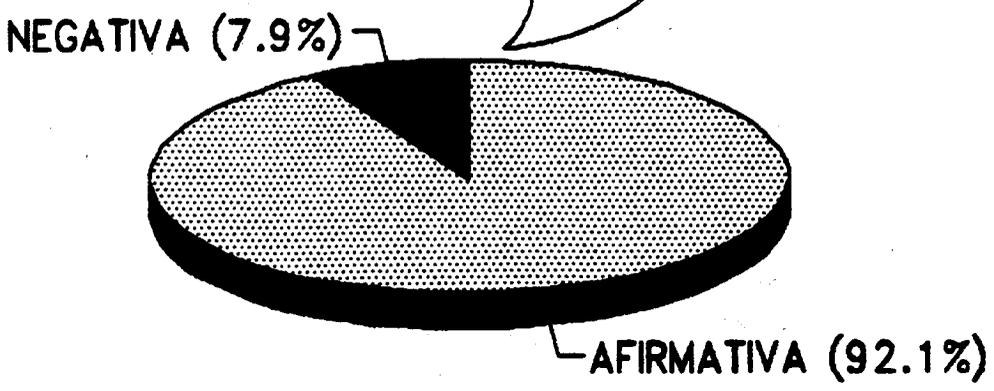


AFIRMATIVA (93.0%)



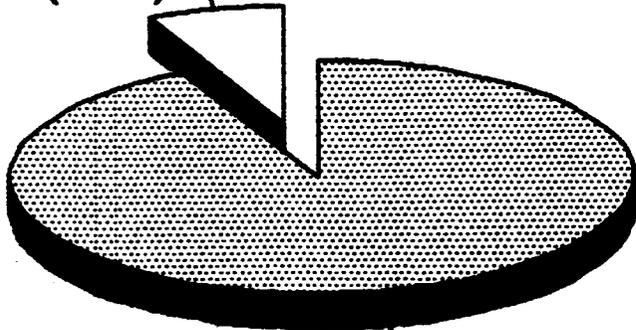
**GRAFICA 7
ENCUESTA A MEDICOS SELECCIONADOS.**

EL 92.1% DE LOS MEDICOS ENCUESTADOS ES VISITADO
POR QUIMICOS FARMACEUTICOS EN SU CLINICA U HOSPITAL
SOLO UN 7.9% DICE QUE AUN NO.

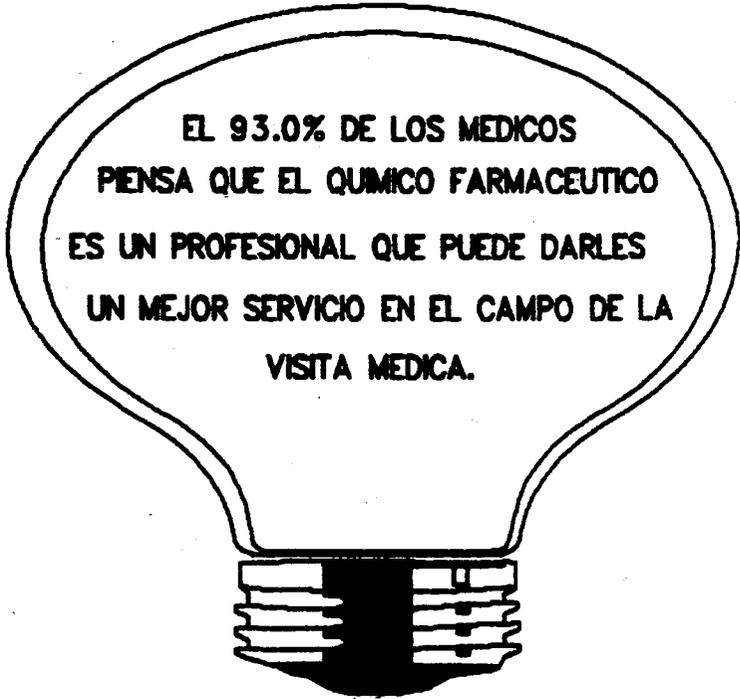


**GRAFICA 8
ENCUESTA A MEDICOS SELECCIONADOS.**

NEGATIVA (7.0%)



AFIRMATIVA (93.0%)



GRAFICA 9
ENCUESTA A MEDICOS SELECCIONADOS.

EL 68.4% DE LOS MEDICOS ENCUESTADOS HA
COMENTADO SUS INQUETUDES SOBRE MEDICAMENTOS
A QUIMICOS FARMACEUTICOS QUE LOS VISITAN
EN SUS CLINICAS U HOSPITALES.

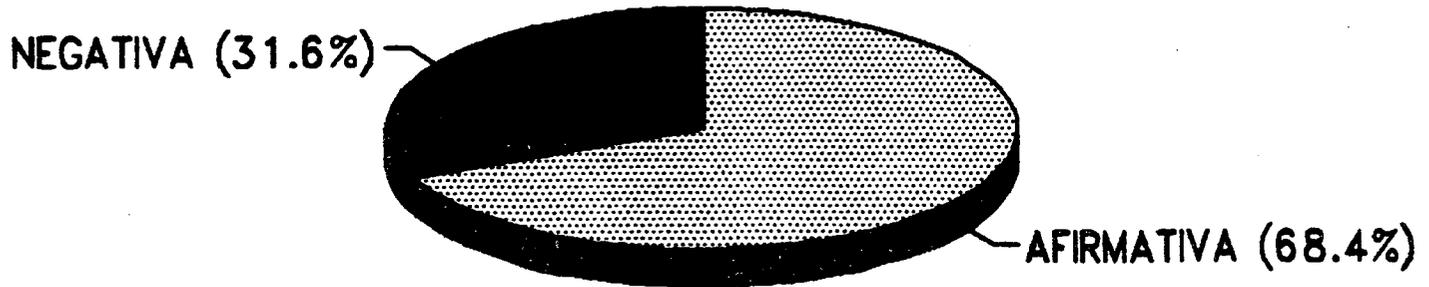


TABLA 2
ENCUESTA A QUIMICOS FARMACEUTICOS.
CAMPO DE TRABAJO

PREGUNTA 1.	NUMERO	PORCENTAJE	TOTAL
GERENCIA O SUPERVISION	0	0.00%	20
VISITA INSTITUCIONAL	0	0.00%	20
CLINICA Y HOSPITAL	20	100.00%	20
OTROS	0	0.00%	20

TABLA 3
ENCUESTA A QUIMICOS FARMACEUTICOS
PREPARACION QUE DA LA ESCUELA DE QUIMICA FARMACEUTICA

PREGUNTA 2.	NUMERO	PORCENTAJE	TOTAL
EXCELENTE	0	0.00%	20
BUENA	5	25.00%	20
REGULAR	12	60.00%	20
MALA	3	15.00%	20

TABLA 4
ENCUESTA A QUIMICOS FARMACEUTICOS
EL QUIMICO FARMACEUTICO POSEE LAS BASES NECESARIAS

PREGUNTA 3.	NUMERO	PORCENTAJE	TOTAL
SI	18	90.00%	20
NO	2	10.00%	20

TABLA 5
ENCUESTA A QUIMICOS FARMACEUTICOS
CURSOS QUE SE DEBEN REFORZAR O MODIFICAR

PREGUNTA 4.	NUMERO	PORCENTAJE	TOTAL
FARMACOLOGIA	5	25.00%	20
ANATOMIA Y FISIOPATOLOGIA	6	30.00%	20
BIOQUIMICA	2	10.00%	20
MICROBIOLOGIA	3	15.00%	20
TOXICOLOGIA	4	20.00%	20
QUIMICA ORGANICA	0	0.00%	20
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	18	90.00%	20
OTROS	4	20.00%	20

TABLA 6
ENCUESTA A QUIMICOS FARMACEUTICOS.
UTILIDAD DE CURSOS DE ENTRENAMIENTO
ESPECIALIZACION Y POSTGRADO

PREGUNTA 5.	NUMERO	PORCENTAJE	TOTAL
SI	20	100.00%	20
NO	0	0.00%	20

TABLA 7
ENCUESTA A QUIMICOS FARMACEUTICOS
ACCIONES A TOMAR PARA EL DESARROLLO
DEL QUIMICO FARMACEUTICO EN EL CAMPO.

PREGUNTA 6.	NUMERO	PORCENTAJE	TOTAL
NUEVOS CURSOS	7	35.00%	20
ESPECIALIZACION	14	70.00%	20
OTROS	0	0.00%	20

TABLA 8
ENCUESTA A QUIMICOS FARMACEUTICOS
SITUACION DEL MERCADO

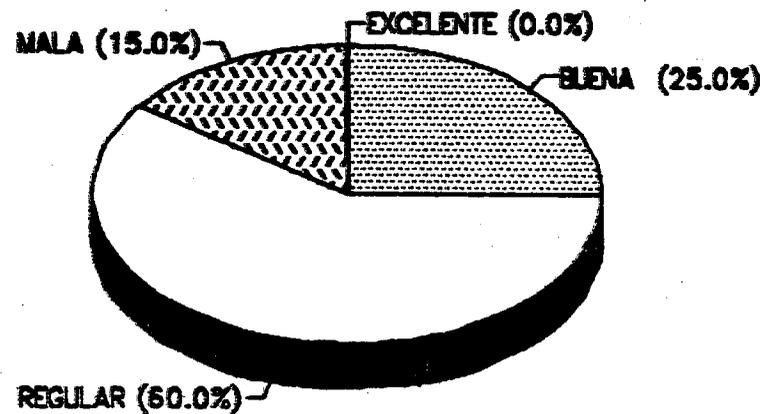
PREGUNTA 7.	NUMERO	PORCENTAJE	TOTAL
OFERTA MAYOR QUE DEMANDA	7	35.00%	20
MAYOR DEMANDA QUE OFERTA	6	30.00%	20
EQUILIBRIO	7	35.00%	20

TABLA 9
ENCUESTA A QUIMICOS FARMACEUTICOS
COMPETENCIA DE OTROS PROFESIONALES EN EL CAMPO

PREGUNTA 8.	NUMERO	PORCENTAJE	TOTAL
SI	20	100.00%	20
NO	0	0.00%	20

**GRAFICA 11.
ENCUESTA A QUIMICOS FARMACEUTICOS.**

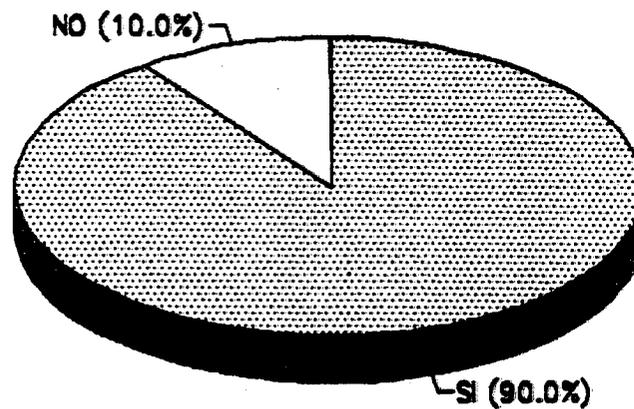
PREGUNTA 2.



EL 60% DE LOS QUIMICOS FARMACEUTICOS ENCUESTADOS PIENSA QUE LA FORMACION QUE DA LA ESCUELA DE QUIMICA FARMACEUTICA PARA EL CAMPO DE LA VISITA MEDICA ES REGULAR.

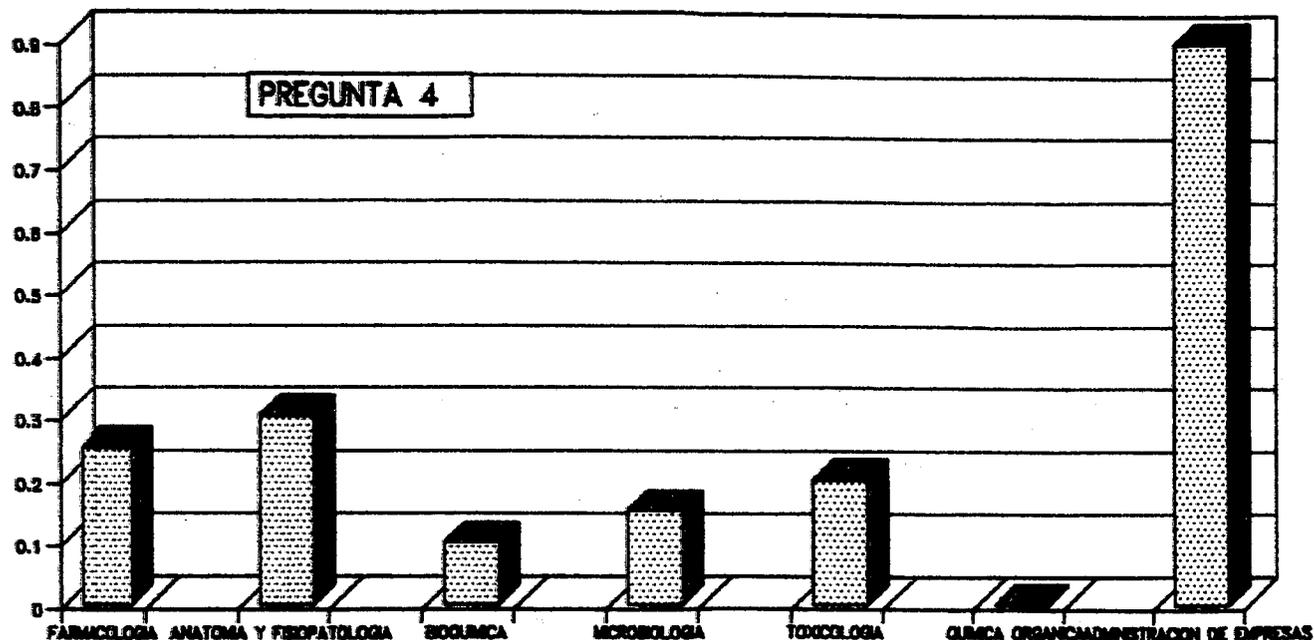
**GRAFICA 12.
ENCUESTA A QUIMICOS FARMACEUTICOS.**

PREGUNTA 3.



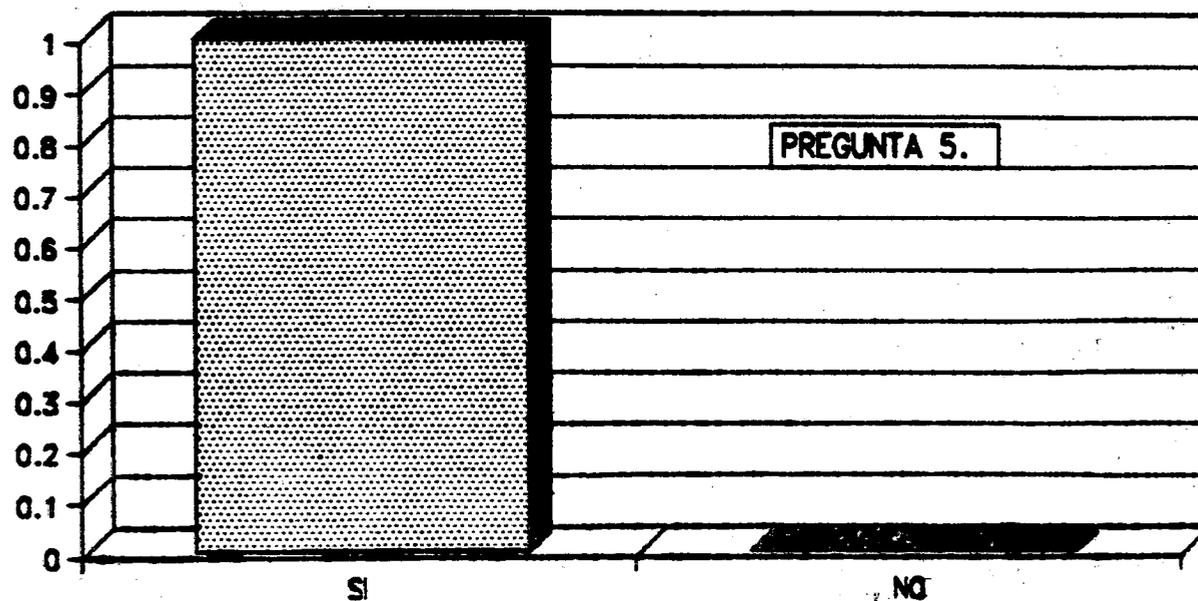
EL 90% DE LOS PROFESIONALES ENCUESTADOS CREE QUE POSEE LAS BASES NECESARIAS PARA APLICAR SUS CONOCIMIENTOS AL TRABAJO DE VISITA MEDICA.

**GRAFICA 13.
ENCUESTA A QUIMICOS FARMACEUTICOS.**



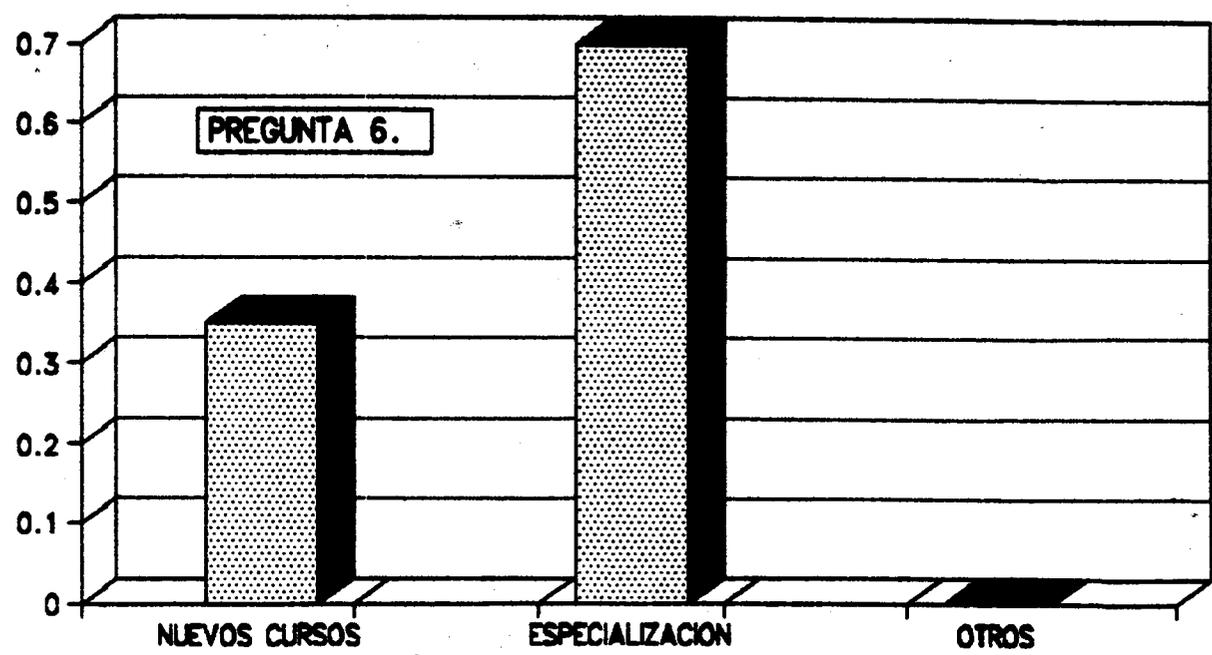
SEGUN EL CRITERIO DE LOS QUIMICOS FARMACEUTICOS ENCUESTADOS, EL 90% CREE QUE SE DEBE REFORZAR EL CURSO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS, 30% ANATOMIA Y FISIOPATOLOGIA Y UN 25% LOS CURSOS DE FARMACOLOGIA.

**GRAFICA 14.
ENCUESTA A QUIMICOS FARMACEUTICOS.**



EL 100% DE LOS QUIMICOS FARMACEUTICOS QUE TRABAJAN EN LA VISITA MEDICA HA RECIBIDO CURSOS DE ENTRENAMIENTO EN SUS RESPECTIVAS CASAS FARMACEUTICAS.

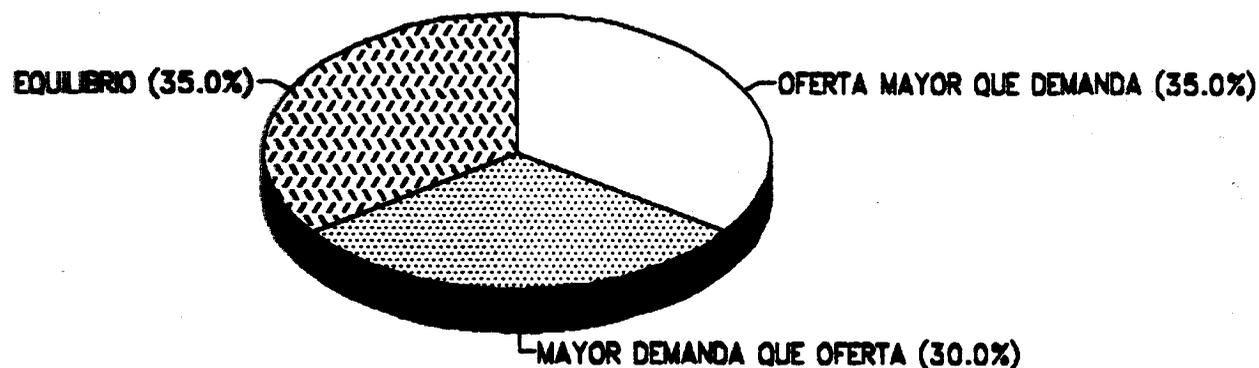
**GRAFICA 15.
ENCUESTA A QUIMICOS FARMACEUTICOS.**



EL 70% DE LOS QUIMICOS FARMACEUTICOS ENCUESTADOS PIENSA QUE SE DEBE HACER UNA ESPECIALIZACION DE LA CARRERA PARA DESARROLLARSE MEJOR EN EL CAMPO DE LA VISITA MEDICA, Y EL 35% CREE QUE SE DEBE IMPLEMENTAR NUEVOS CURSOS O AMBAS COSAS.

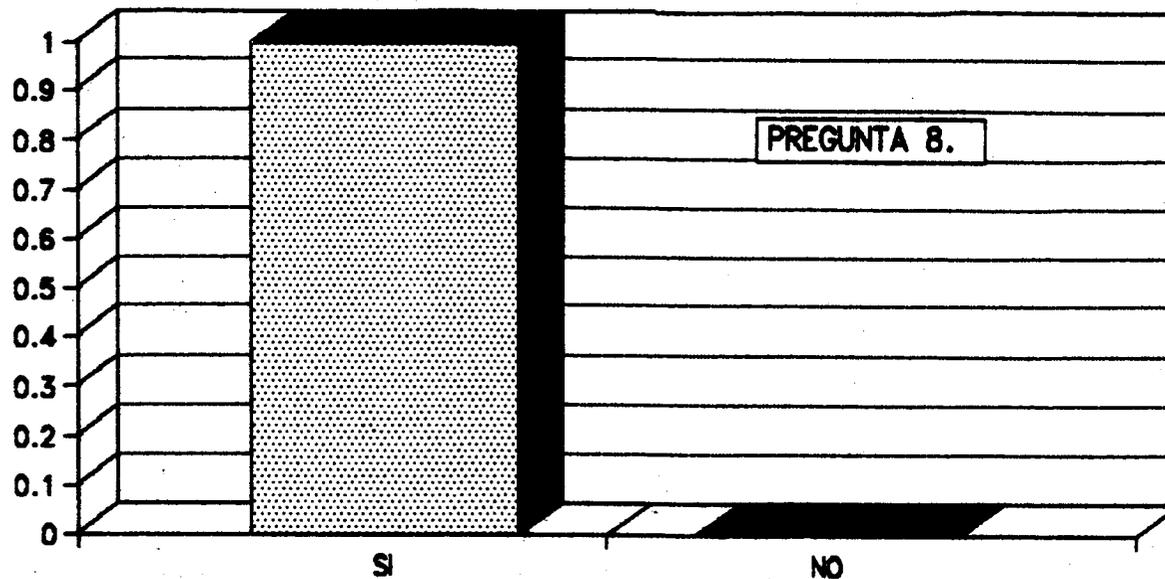
**GRAFICA 16.
ENCUESTA A QUIMICOS FARMACEUTICOS.**

PREGUNTA 7



EL 35% DE LOS PROFESIONALES ENCUESTADOS PIENSA QUE EXISTE MAYOR OFERTA DE TRABAJO QUE QUIMICOS FARMACEUTICOS QUE LO REQUERAN, OTRO 35% CREE QUE EXISTE EQUILIBRIO ENTRE OFERTA Y DEMANDA Y POR ULTIMO, EL 30% PIENSA QUE HAY MAYOR DEMANDA QUE OFERTAS DE TRABAJO EN LA VISITA MEDICA.

**GRAFICA 17.
ENCUESTA A QUIMICOS FARMACEUTICOS.**



LA TOTALIDAD DE PROFESIONALES ENCUESTADOS ESTA DE ACUERDO QUE EXISTE COMPETENCIA DE PROFESIONALES DE OTRAS ESPECIALIDADES PARA TRABAJAR EN VISITA MEDICA LOS PRINCIPALES COMPETIDORES SON : MEDICOS, ADMINISTRADORES DE EMPRESAS, INGENIEROS QUIMICOS Y QUIMICOS BIOLOGOS.

TABLA 10
ENCUESTA A GERENTES Y SUPERVISORES DE
EMPRESAS FARMACEUTICAS
EXPERIENCIA CON QUIMCOS FARMACEUTICOS

PREGUNTA 1.	No RESPUESTAS	PORCENTAJE	TOTAL
SI	6	100.00%	6
NO	0	0.00%	6

TABLA 11
ENCUESTA A GERENTES Y SUPERVISORES
DE EMPRESAS FARMACEUTICAS.
AREAS DE TRABAJO.

PREGUNTA 2.	No RESPUESTAS	PORCENTAJE	TOTAL
SUPERVISION	2	33.33%	6
VISITA INSTITUCIONAL	1	16.67%	6
VISITA A CLINICAS	6	100.00%	6
OTROS	0	0.00%	6

TABLA 12
ENCUESTA A GERENTES Y SUPERVISORES
DE EMPRESAS FARMACEUTICAS
CALIFICACION DEL TRABAJO.

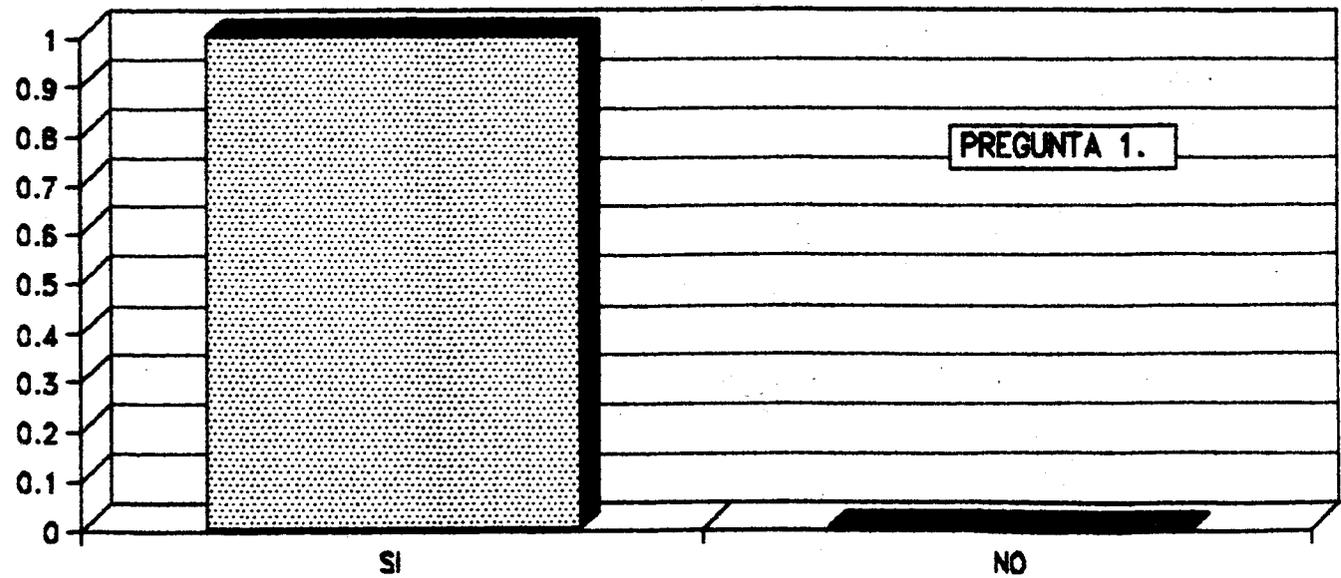
TABLA 12.

PREGUNTA 3.	No RESPUESTAS	PORCENTAJE	TOTAL
EXCELENTE	2	33.33%	6
BUENO	4	66.67%	6
REGULAR		0.00%	6
MALO		0.00%	6

TABLA 13
ENCUESTA A GERENTES Y SUPERVISORES
DE EMPRESAS FARMACEUTICAS
ACEPTACION ANTE EL GREMIO MEDICO.

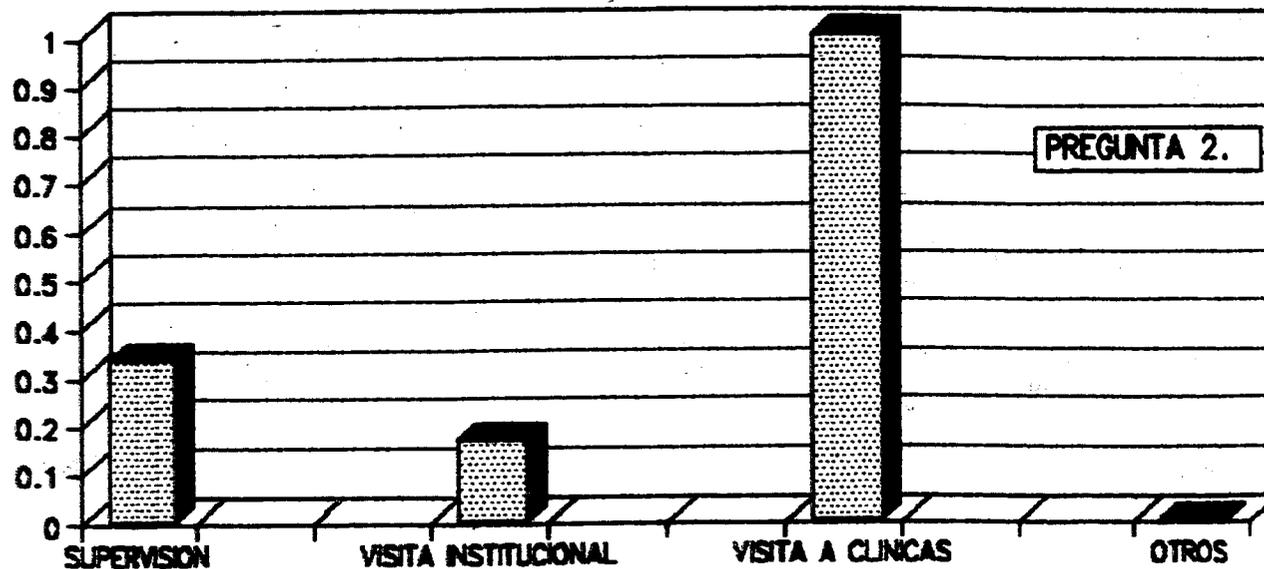
PREGUNTA 4.	No RESPUESTAS	PORCENTAJE	TOTAL
EXCELENTE	3	50.00%	6
BUENO	3	50.00%	6
REGULAR		0.00%	6
MALO		0.00%	6

GRAFICA 18.
ENCUESTA A EMPLEADORES FARMACEUTICOS.



EL 100% DE LOS GERENTES Y SUPERVISORES ENCUESTADOS HA TENIDO EXPERIENCIA EN SUS RESPECTIVAS EMPRESAS CON QUIMICOS FARMACEUTICOS EN EL CAMPO DE LA VISITA MEDICA

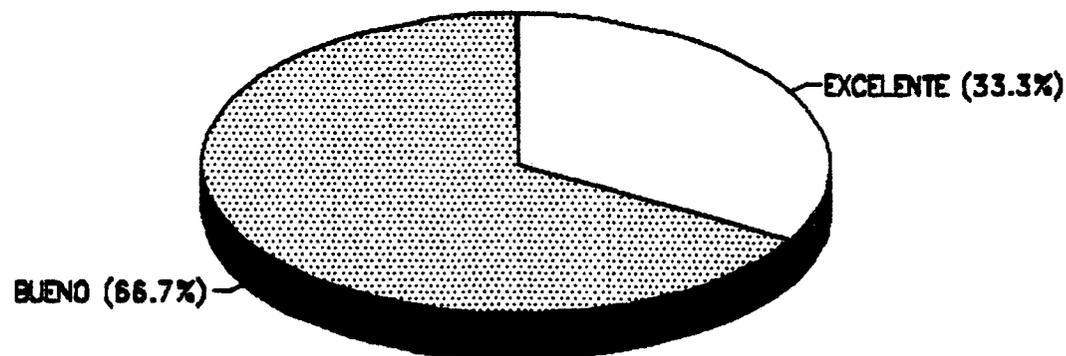
GRAFICA 19
ENCUESTA A EMPLEADORES FARMACEUTICOS.



EL 100% DE LOS GERENTES Y SUPERVISORES HA TENDO EXPERIENCIA CON VISITADORES MEDICOS QUIMICOS FARMACEUTICOS A NIVEL DE CLINICAS Y HOSPITALES, EL 33.33% EN SUPERVISION Y UN 16.67% EN VISITA INSTITUCIONAL .

GRAFICA 20.
ENCUESTA A EMPLEADORES FARMACEUTICOS.

PREGUNTA 3.



EL 66.7% DE LOS GERENTES Y SUPERVISORES ENCUESTADOS PIENSA QUE EL TRABAJO DEL QUIMICO FARMACEUTICO EN LA VISITA MEDICA ES BUENO, EL 33.3% RESTANTE CREE QUE ES EXCELENTE.

9.

DISCUSION DE RESULTADOS

Se encuestó un total de 114 médicos " Líderes de Opinión " tanto de la ciudad capital como de las principales cabeceras departamentales, y se determinó que en general, el médico tiene una muy buena aceptación hacia el Visitador Médico Profesional Químico Farmacéutico.

Se estableció, que el 97.37% de los Médicos considera que es importante la preparación Científica del Visitador Médico, y que en la actualidad el 54.39% está inconforme con el servicio que les presta el visitador médico promedio. 60.53% de los profesionales encuestados piensa que los Laboratorios Farmacéuticos que promueven sus medicamentos en su clínica u hospital sí dan un buen entrenamiento a sus Visitadores Médicos y en general, los Médicos prefieren mensajes promocionales más científicos y directos (92.98%).

De los 114 Médicos encuestados, 106 (92.98%) reciben Visita Médica hecha por profesionales Químicos Farmacéuticos y 105 (92.11%) piensan que este profesional les da un mejor servicio en el campo de la Visita Médica además, el 68.42% ha consultado con ellos inquietudes sobre medicamentos y temas relacionados con los mismos. (ver tabla 1 y gráficas 1 a 9)

Los resultados del presente estudio, determinan que el perfil del Químico Farmacéutico en el área de la Visita Médica es aquel en que dicho profesional tenga una sólida base científica, con conocimientos de su compañía, de sus productos, del mercado en el que trabaja, conocimientos básicos de técnicas de administración, comercialización e investigaciones de mercadeo y venta, además, debe ser conciente de la competencia directa e indirecta, y del potencial de su zona. Debe ser un profesional con habilidades para manejar el material de apoyo en sus presentaciones, para preguntar y repreguntar, para manejar objeciones de Médicos y clientes y por último, tener mucha confianza en sí mismo y en sus productos.

Las encuestas, demuestran que el perfil del Visitador Médico que los Médicos desearían idealmente, puede ser llenado con mayor facilidad por el Químico Farmacéutico que por otros profesionales, aunque es necesario, aumentar sus conocimientos en áreas comerciales tales como mercadeo, ventas, relaciones humanas, administración de empresas, etc.

En las encuestas realizadas a profesionales Químicos Farmacéuticos con experiencia en visita médica se estableció que el 100% ha trabajado en visita médica en clínicas y hospitales y sólo uno de los encuestados trabaja una línea cardiovascular a cardiólogos exclusivamente.

El 60.00% piensa que la formación que da la Escuela de Química Farmacéutica para esta área de trabajo es regular, el 25.00% la considera buena y el 15.00% dice que es mala.

Sin embargo, el 90.00% de los profesionales encuestados cree que el Químico Farmacéutico posee las bases necesarias para desarrollar un buen trabajo en el área de la Visita Médica.

Existen varios criterios sobre los cursos del pensum que deben ser reforzados y reorientados, entre los más importantes : el 90.00% de los encuestados piensa que se debe reforzar el curso de Administración de Empresas, 30.00% creen que se debe reforzar los cursos de Anatomía y Fisiopatología y el 25.00% los de Farmacología.

Es de hacer notar que la mayoría de los profesionales encuestados piensa que es necesario implementar cursos específicos para este campo de trabajo con el objeto de mejorar la competitividad del Químico Farmacéutico ante otros profesionales con cursos básicos de ventas, computación, mercadeo de productos farmacéuticos, cursos de relaciones humanas, Inglés etc. ya que el 100% de encuestados dijo que en la actualidad hay profesionales de otras carreras incursionando en la visita médica, principalmente Médicos, Administradores de Empresas, Químicos y Químicos Biólogos.

Del total de Químicos Farmacéuticos encuestados el 100% ha recibido entrenamiento básico de la compañía para la que trabajan y ninguno ha hecho cursos de especialización o postgrado que sean de utilidad para su campo de trabajo, el 70% piensa que se debe dar una diversificación de la carrera para áreas de docencia, producción, visita médica, etc. El 30% restante cree que sólo se deben implementar algunos cursos.

Con respecto a la situación actual del campo de la Visita Médica, hay variadas opiniones, el 35% de los profesionales dice que hay equilibrio entre la oferta y la demanda de Químicos Farmacéuticos para el trabajo de Visita Médica, 30% cree que hay mayor demanda de trabajo que profesionales en el mercado y 35% dice que hay más profesionales que puestos de trabajo. (ver tablas 2 a 9 y gráficas 10 a 18).

En las encuestas dirigidas a Gerentes y Supervisores de Empresas Farmacéuticas, se observó una respuesta muy positiva hacia el desempeño del Químico Farmacéutico en el campo de la Visita Médica, así, el 100% de los Gerentes y/o Supervisores ha tenido experiencia con Químicos Farmacéuticos a nivel de Visita Médica a clínicas y hospitales, el 33.33% a nivel de Gerencia y Supervisión y el 16.67% en Visita Institucional, 66.67% califica el trabajo del Químico Farmacéutico en Visita Médica como bueno y el restante 33.33% cree que es excelente, 50% de los Gerentes encuestados dice que la aceptación de sus Visitadores Médicos Químicos Farmacéuticos ante el gremio Médico es bueno y el otro 50% piensa que es excelente.

Una de las inquietudes que manifestaron casi todos los Gerentes/Supervisores de Empresas Farmacéuticas es la necesidad de reforzar los conocimientos en mercadeo, técnicas de ventas, administración de empresas, relaciones humanas, etc. así como el desarrollo de la personalidad del profesional desde su época de estudios en la Facultad, a manera de hacerlo más "agresivo" en el trabajo.

También se señaló que es necesario dar otro enfoque a cursos como los de Anatomía y Fisiopatología y Farmacología para aplicar de mejor manera sus conocimientos al campo de la visita médica, pues a veces éstos resultan demasiado teóricos. (ver tablas 10 a 13 y gráficas 18 a 21)

10. CONCLUSIONES

- 10.1 El perfil del Químico Farmacéutico responde en forma satisfactoria a las expectativas de desempeño en el área de la Visita Médica en Guatemala.
- 10.2 Los Médicos piensan que es importante la preparación científica y profesional del Visitador Médico.
- 10.3 La aceptación del Químico Farmacéutico en la Visita Médica por el gremio médico es muy buena, ya que la mayoría de los médicos encuestados piensa que es un profesional que puede darles un mejor servicio en esta área.
- 10.4 Los Médicos encuestados prefieren los mensajes promocionales de los Visitadores Médicos más científicos y directos.
- 10.5 Más de la mitad de los Médicos encuestados hacen consultas sobre medicamentos y temas relacionados con ellos a Visitadores Médicos Químicos Farmacéuticos.

- 10.6 La mayoría de los Químicos Farmacéuticos con experiencia en Visita Médica piensa que tienen las bases para aplicar con éxito sus conocimientos en este campo.
- 10.7 Casi 3/4 partes de Químicos Farmacéuticos encuestados piensa que se debe hacer una diversificación y especialización de la carrera para lograr mejores resultados en su trabajo.
- 10.8 Los Gerentes y Supervisores de las Compañías Farmacéuticas califican el trabajo desarrollado por sus Visitadores Médicos Químicos Farmacéuticos de bueno a excelente.
- 10.9 La mitad de los Gerentes y Supervisores de las Compañías Farmacéuticas manifiesta que la aceptación de sus Visitadores Médicos Químicos Farmacéuticos es buena, la otra mitad la considera excelente.
- 10.10 Para continuar con el desarrollo del Químico Farmacéutico en el campo de la Visita Médica es necesaria la implementación de nuevos cursos o una especialización de la carrera y el desarrollo de una personalidad más agresiva para lograr que sea un profesional competitivo en éste y todos los campos.

11. RECOMENDACIONES

11.1 Efectuar el proceso de cambios curriculares de la Escuela de Química Farmacéutica de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia a la mayor brevedad posible para hacer al Químico Farmacéutico un profesional más competitivo en todos sus campos de trabajo.

11.2 Reorientar la mentalidad y personalidad del estudiante de Química Farmacéutica desde el inicio de su carrera, para hacerlo en el futuro, un profesional menos teórico, más versátil y más agresivo en la práctica para poder competir exitosamente con profesionales de otras especialidades que actualmente limitan sus expectativas de trabajo.

11.3 Aumentar los conocimientos actuales del Químico Farmacéutico en las áreas de Administración de Empresas, Mercadeo de Productos Farmacéuticos, Técnicas de Ventas, computación e Idiomas Extranjeros, orientándolos hacia diferentes campos de trabajo profesional, por medio de cursos optativos en los cuales cada quien escoja los cursos que le servirán en su futuro desarrollo profesional.

- 11.4 Reforzar, revisar y actualizar el contenido de los programas de Farmacología, Anatomía y Fisiopatología y Administración de Empresas para llenar las expectativas de trabajo actuales del Químico Farmacéutico.
- 11.5 Continuar con investigaciones de esta clase para evaluar el desarrollo del Químico Farmacéutico en éste y otros campos de trabajo y proveer información para realizar correcciones en el pensum de estudios de la carrera.

12. REFERENCIAS

- 1- Mejía A. Determinación del perfil académico de los estudiantes que egresan de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala : UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA (tesis de graduación, Facultas de Ciencias Químicas y Farmacia) 1992 p. 1-3

- 2- Cabrera M. Perfil ocupacional del Químico Farmacéutico en el área de mercadeo y ventas de productos farmacéuticos. Guatemala : UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, (tesis de graduación, Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia) 1993 p. 4-23

- 3- Helman J. Farmacotecnia Teórica y Práctica. Mexico: C.E.C.S.A. 1982 p. 326.

- 4- Oficina Internacional del Trabajo. Clasificación Internacional de Ocupación. 2da. ed. Ginebra. 1980 407p.

- 5- Rodríguez AL. El perfil Ocupacional del Químico Farmacéutico en el área de industria. Guatemala : UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, (tesis de graduación, Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia) 1993. p. 1-3

- 6- Instituto Centroamericano de Investigación y Tecnología Industrial. La Industria Farmacéutica Centroamericana. Guatemala, Doc. Tec. 1969 p. 15,22,23

- 7- Estrada AC. Mercadeo de Productos Farmacéuticos en Guatemala. Guatemala : UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR (tesis de graduacion, Facultad de Ciencias Economicas) 1978 p.11,13,16,17,19

- 8- Susbielles SG. Investigación de Mercados en la Industria Farmacéutica. Guatemala : UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, (tesis de graduacion, Facultad de Ciencias Economicas) 1984 p. 22,23

- 9- Rosales MH. La Tecnología y la inversion extranjera en la Industria Farmacéutica en Guatemala: Un Diagnostico Sectorial. Guatemala : UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, (tesis de graduacion, Facultad de Ciencias Economicas) 1977 p. 5

- 10- Menegazzo, JF. La Promoción en la Industria Farmacéutica. Guatemala : UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR, (tesis de graduacion, Facultad de Ciencias Economicas) 1985 p. 4,19,20,21,27,33,34,35

- 11- IMS AG ZUG/Switzerland. REPS Seminario de Desarrollo para Visitadores. Switzerland. Doc. Tec. 1991 p. 1-17

13. ANEXOS

13.1 DEFINICIONES :

13.1.1 EL QUIMICO FARMACEUTICO :

Según el Doctor Elliot, el Farmacéutico es un profesional miembro de la comunidad, que debe ser diligente en el desempeño de sus obligaciones cívicas, sociales y morales, así como en el ejercicio de su destreza profesional.

Además, el Farmacéutico debe tener entero conocimiento y responsabilidad de sus actos y de las bases científicas de las drogas y sus efectos, estando capacitado para hacer una valoración crítica de los productos que maneje, y lo ayude a aconsejar a los Médicos y otros profesionales de las ciencias de la salud acerca de las drogas y sus aplicaciones (3).

Una definición más completa sería que el Químico Farmacéutico es el profesional que prepara y suministra medicamentos y otras preparaciones análogas de acuerdo con las recetas, manipula sustancias tóxicas y venenos que se emplean con fines médicos y domésticos, suministrándolos de acuerdo a reglamentos vigentes, efectúa análisis para determinar la naturaleza, pureza y eficacia de medicamentos y alimentos, vela por la conservación de los productos, mantiene registro de las recetas despachadas y de las sustancias tóxicas suministradas. Puede también, preparar y proporcionar algunos productos veterinarios, químicos de uso agrícola productos cosméticos y de tocador (4).

13.1.2 PERFIL FARMACEUTICO :

Perfil, se define como el trazo o descripción elemental de las características que se desean alcanzar en el comportamiento de los egresados de un determinado nivel o programa más o menos largo. En otras palabras, son los objetivos que describen comportamientos que se espera, sean logrados por los egresados (1).

Existen diferentes tipos de perfiles, para nuestro presente interes podemos mencionar :

PERFIL CURRICULAR :

Es el conjunto de objetivos terminales y operativos que describen los comportamientos y actitudes que se esperan lograr, mediante un proceso educativo organizado lógica y sistemáticamente en relación con metas establecidas por una institución (1).

PERFIL BASICO DEL EGRESADO :

Conjunto de rasgos de la personalidad (conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes) que se espera, sean logrados en los aspectos personal, profesional y social por los egresados de un programa educativo (1).

PERFIL PROFESIONAL :

Expresa la descripción de las características pretendidas por el empleador. De acuerdo con esto, esas características deben reflejar las exigencias del mercado ocupacional. En términos de requisitos que definan habilidades, destrezas, rasgos de personalidad, conformación física y el nivel de educación inherente al desempeño profesional (1).

PERFIL OCUPACIONAL :

Es el conjunto de requerimientos mínimos de determinación de las funciones típicas y tareas a desempeñarse, así como los rasgos ocupacionales, sociales y personales que se desea puedan obtenerse de un profesional (5).

El perfil ocupacional es la imagen que efectivamente el egresado de una institución profesional estará en capacidad de realizar en la unidad de demanda social que lo ocupa.

Un perfil ocupacional es entonces, la descripción detallada de las funciones, actividades y tareas que realiza una persona en su trabajo específico y este perfil debe incluir :

- Un sumario descriptivo general.
- Una lista detallada de funciones, actividades y tareas
- Supervisión y su relación con otras categorías de personal.
- El horario y lugar de trabajo.
- Requisitos : educación básica y profesional, educación específica y características personales.

13.2 LA INDUSTRIA FARMACEUTICA EN CENTROAMERICA :

La Industria Farmacéutica en centroamerica ha tenido un crecimiento importante desde 1950, en esa época, operaban en Centroamerica unas 24 Empresas Farmacéuticas.

En los siguientes 10 años, (1950 - 1960) se establecieron en el área 23 empresa nuevas, mientras que en el periodo (1961 1969) otras 50.

Entre estas últimas se instalaron en la región las empresas más importantes y que han contribuido a darle a la actividad Farmacéutica Centroamericana, la fisonomía que actualmente tiene (6).

Este desarrollo de la Industria Farmacéutica ha tenido efectos positivos en otras actividades relacionadas como la industria de etiquetas, envases, servicios auxiliares de construcción de instalaciones y edificios. Dicho desarrollo ha sido incentivo para la introducción de sistemas modernos de administración y organización en dichas empresas (6) 22pp.

GRADO DE DESARROLLO DE LAS EMPRESAS :

En la Industria Farmacéutica Centroamericana pueden observarse la existencia de 4 grupos de Industrias :

GRUPO I :

Empresas modernas tanto en sus instalaciones y equipos de organización como en sistemas de producción y personal técnico.

GRUPO II :

Empresas que no tienen todas las características de las anteriores, pero que hacen esfuerzos orientados a la modernización de su equipo y la tecnificación de todo su personal.

GRUPO III :

Empresas que poseen algún equipo, que generalmente es anticuado, hay empirismo en la producción, desorganización en sus ambientes y edificios inapropiados.

GRUPO IV :

Empresas pequeñas con fabricación manual de sus productos y que prácticamente carecen de equipos (6) 15pp.

Durante la década de los 70's siguió el crecimiento de la Industria Farmacéutica del Área Centroamericana a excepción de los años (75 - 76) dónde se nota una baja en el porcentaje de crecimiento, que se debió probablemente a las altas tasas de inflación registradas durante el periodo.

En los años (76 -77) se observó una notable recuperación en los porcentajes de crecimiento del mercado aunque aún por debajo de lo normal (7) 19pp. (ver tablas)

Para el año 1982 el mercado Farmacéutico Centroamericano medido a precios de farmacia era de \$ 209 millones y con tendencia al aumento (8)22pp. (ver tablas)

CLASIFICACION DE LA INDUSTRIA FARMACEUTICA :

La Industria Farmacéutica Centroamericana puede clasificarse en tres grupos :

- La Industria Químico Farmacéutica.
- La Industria de Productos Farmacéuticos.
- Las Empresas de Comercialización.

La Industria Químico Farmacéutica , es la que se dedica a las actividades orientadas a la elaboración de los productos químicos o biológicos, sintéticos y biosintéticos o naturales destinados a servir como materia prima o producto terminado a la Industria Farmacéutica, haciendo uso de la tecnología avanzada y personal altamente calificado (4) Spp.

La Industria de Productos Farmacéuticos, es aquella donde están las empresas que dosifican, mezclan controlan y dan forma farmacéutica a las materias primas que proceden de la industria Químico Farmacéutica, algunas de estas empresas se dedican a importar productos semi-elaborados a granel, y se encargan de la etapa final de elaboración, envasado y etiquetado de los productos. Estos, pueden clasificarse en 2 grandes grupos :

- Productos Eticos.
- Productos de Venta Libre.

PRODUCTOS ETICOS :

Son aquellos productos que estan sujetos a venderse bajo prescripción médica, no son anunciados al público y son introducidos al mercado por el Médico, previa presentación de sus cualidades, su acción, indicaciones, dosis y contraindicaciones por un Visitador Médico de cada empresa. (8) 23pp.

El segmento de Productos Eticos constituye la mayor proporción del total del mercado Farmacéutico en Centroamerica.

Por ejemplo, en 1976 la venta de productos éticos alcanzó un total de \$ 114,231,056.00 que representó el 88.80% del mercado total de ese año, el año siguiente 1977, se vendieron \$ 133,529648.00 es decir el 89.50% del mercado total de ese año (7) 11pp.

Como se citó anteriormente la promoción de estos productos se realiza en forma personal y directa en forma exclusiva a los Médicos a través de los representantes de las Casas Farmacéuticas. Tenemos entonces que dependiendo de la labor de persuasión del Visitador Médico y a la experiencia obtenida con los productos Farmacéuticos propiamente dichos, los Médicos se formaran un hábito de receta, además se usan una serie de materiales de apoyo como revistas, artículos , monografías y muestras médicas. Estas, absorben un 60% del presupuesto total de material promocional y son obsequiadas a los médicos para que puedan observar la acción de los medicamentos sin ningún costo. Esto se hace con el proposito de que el médico desarrolle el hábito de la receta en base a

los buenos resultados obtenidos (7) 12pp.

Los productos éticos en teoría, debieran expendirse en las farmacias en base a recetas extendidas por el médico y exclusivamente al usuario, este punto en nuestro país se puede prestar a mucha discusión ya que el aspecto comercial en muchos casos opaca al aspecto ético y no se cumple con esta norma (7) 12pp.

PRODUCTOS DE VENTA LIBRE :

También llamados productos populares, son los que se venden libre y directamente al público ya que son adecuados para la autoprescripción, como ejemplo de estos productos están los antigripales, antiácidos, productos medicados de libre venta como los líquidos para enjuague bucal, jabones medicados, shampoo anticaspa etc. (10) 4pp.

Para la comercialización de los productos populares juegan un papel importante los medios de comunicación masivos que se usan para dar a conocer los productos a los clientes potenciales de los mismos (7) 13pp.

Las Empresas de Comercialización, son aquellas que se dedican a la venta de productos farmacéuticos entre estos se encuentran las droguerías, farmacias y otro pequeño sector que está formado por tiendas, supermercados, abarroterías etc. así como fábricas y fincas con botiquines, en donde se vende medicina a sus trabajadores (8) 23pp.

Prácticamente todas las Empresas de Productos Farmacéuticos nacionales y extranjeras cuentan con distribuidores, que como lo define la ley, son empresas independientes que distribuyen mediante contratos los productos de una o varias casas farmacéuticas, además, también pueden encargarse de distribuir otras líneas de productos afines como químicos y cosméticos. El papel del distribuidor lo realiza por lo general, una droguería grande que a su vez puede tener sub-distribuidores en el interior del país (7) 16pp.

Las farmacias constituyen el canal detallista en la distribución de productos farmacéuticos, y están cobrando cada vez mayor importancia dentro del campo, al grado de que las casas farmacéuticas dedican un pequeño porcentaje de sus esfuerzos promocionales a los Farmacéuticos y dependientes de farmacia.

En la actualidad, siguiendo las políticas de países más desarrollados, muchas farmacias de regular tamaño han diversificado sus ventas, incluyendo dentro de sus stocks cosméticos, juguetes, libros y revistas (7) 17pp.

SITUACION DE LA INDUSTRIA FARMACEUTICA :

Aunque la situación de la Industria Farmacéutica ha sido variable durante la década de los 80's, la tendencia fué hacia el crecimiento y desarrollo, con el nacimiento de Laboratorios Farmacéuticos nacionales y transnacionales en el área Centroamericana.

El desarrollo de nuevas Industrias ha traído también como consecuencia directa, un incremento de la competencia entre las casas farmacéuticas, obligando a éstas a ejercer una gran presión sobre sus programas promocionales, ya que a niveles comerciales la promoción es sinónimo de venta, que viene a ser un elemento esencial de la mercadotecnia moderna (10) 19pp.

LA PROMOCION EN LA INDUSTRIA FARMACEUTICA :

La promoción comprende todos los instrumentos de la mercadotecnia para lograr un proceso correcto por medio del cual se comunica un mensaje adecuado, convincente y persuasivo a un grupo "objetivo" de consumidores por medio de un canal adecuado de comunicación. Dentro de las herramientas básicas de la promoción están las siguientes :

- La Publicidad.
- La Promoción de Ventas.
- La Venta Personal.

LA PUBLICIDAD :

Es la actividad donde el ingenio y la creatividad del hombre han irrumpido en la vida de la sociedad moderna, haciendo uso de las más variadas técnicas de persuasión, con el fin de provocar el uso y compra de productos, bienes o servicios para la satisfacción del consumidor (10) 25,26 pp.

La publicidad entonces, puede realizarse por varios medios de comunicación :

Impresa, en periodicos y revistas, dadas las características y naturaleza de los Productos Farmacéuticos la publicidad escrita es un medio de grandes características y ventajas para informar, educar y persuadir al público de la importancia de un medicamento o la prevención y curación de una enfermedad.

Es muy utilizada en productos de venta libre como analgésicos, antigripales, desparasitantes y otros productos populares (10) 27 pp.

La radio y televisión, también se utilizan para la promoción de productos de venta libre usando espacios comerciales en estaciones y programas con elevada cantidad de audiencia y teleaudiencia.

Las vallas publicitarias son otra forma de promoción y la forma más utilizada de este tipo de publicidad por la Industria Farmacéutica, es la de impulsar un producto líder en vallas situadas en lugares estratégicos con mucho flujo de personas (10) 27 pp.

LA PROMOCION DE VENTAS :

Es una serie de actividades distinta de la venta personal, de los anuncios y de la publicidad, que pretende estimular la eficiencia compradora del distribuidor y del comprador.

Esta principalmente dirigida a los canales de distribución como droguerías, farmacias, hospitales y centros de salud.

Entre los principales sistemas promocionales a los canales de distribución podemos mencionar los siguientes :

DESCUENTOS SOBRE COMPRAS :

Se aplica generalmente al distribuidor y consiste en reducir el costo de una o varias presentaciones de un medicamento, para motivarlo a adquirir y vender una cantidad mayor del producto que la que vendía originalmente.

ARTICULOS GRATIS :

Consiste en dar cierta cantidad de productos sin costo alguno, al adquirir cierta cantidad determinada de uno o varios medicamentos : Ej. $12 + 1 = 13$, $25 + 2 = 27$ etc.

De esta manera, el costo unitario del producto disminuye proporcionalmente a la cantidad ofertada que se compre (10) 33pp.

CONCURSOS DE VENTAS :

Se da un premio especial a quien con su esfuerzo logre un alza en el nivel de ventas de una empresa pudiendose hacer a nivel de droguerías, farmacias o empleados individuales, que logren mayor cantidad de pedidos cancelados en un tiempo predeterminado, premiando con efectivo o premios ya establecidos.

DESCUENTOS POR PRONTO PAGO :

Es común que las Empresas Farmacéuticas trabajen con créditos, de por lo general 30 días, pero debido a las actuales circunstancias económicas, las Empresas se ven necesitadas de contar con capital disponible en todo momento , así, incentivan a sus clientes con descuentos especiales : Ej. 5% de descuento con su pago antes de 15 días.

PROMOCION DE VENTAS INTERNA DE LA EMPRESA :

PREMIOS :

Este es un sistema promocional muy motivador y por ende muy usado por la Industria Farmacéutica, se establece una cuota o meta en las ventas, para alcanzarla en uno, dos o tres meses, dependiendo del criterio del Departamento de Ventas de la empresa si el Visitador o Promotor llega a alcanzar una o varias metas asignadas, se hará acreedor a un premio ya sea en efectivo, un viaje o algún otro incentivo aparte de su salario y prestaciones habituales (10) 33,35 pp.

BONIFICACIONES :

Premio en efectivo que se otorga a los Promotores de Ventas como un extra, aparte de su sueldo por un esfuerzo extraordinario.

OBSEQUIOS Y PREMIOS :

Tal como se indica, la Empresa Farmacéutica otorga regalos y premios a dependientes de farmacia como un agradecimiento especial a la colaboración brindada a sus productos (10) 34,35 pp

LA VENTA PERSONAL :

Es una actividad que requiere una relación física e interactiva entre dos o más personas, es utilizada con muchos fines : dar a conocer un producto, despertar el interés de la gente, desarrollar preferencia por un producto y negociar precios y condiciones de venta, apoyando ésta después de realizada la transacción.

En este encuentro personal, cada una de las partes puede observar directamente las características y necesidades de la otra, y esta en condiciones de ayudar a convencerla de las cualidades de determinado producto con su interés, o la falta de éste (10) 39pp.

LA ENTREVISTA CON EL MEDICO :

Es el sistema promocional por excelencia en lo que respecta a los medicamentos de venta bajo prescripción médica.

La promoción a nivel médico se realiza periódicamente y se recuerda a los médicos, los diversos productos de la empresa por medio de visitas personales realizadas por un **Visitador Médico**, de acuerdo a la labor de persuasión de este representante y a los conocimientos científicos que tenga de sus productos y los de la competencia, logrará que en los médicos se forme un hábito de receta (7) 11 pp.

Aparte de su mensaje oral, el Visitador Médico deja al Médico material promocional y bibliográfico, así como un número determinado de muestras médicas para que el profesional de la

medicina ayude a sus pacientes con parte de su tratamiento a la vez que comprueba la calidad y efectividad de los productos en promoción (10) 20,21 pp.

LA VISITA MEDICA ACTUAL :

En investigaciones efectuadas dentro del cuerpo médico de distintos países de Latinoamérica, en donde los problemas de la Visita Médica son comunes, se puede afirmar que es reconocida la necesidad del Visitador Médico como medio informativo y formativo de la opinión médica.

No obstante, se concluyó que el médico no encuentra satisfacción a sus necesidades de información y formación en el desarrollo de la Visita Médica actual (11) 1pp.

Esta insatisfacción es producida por muy variados factores pero cabe mencionar algunos de los más importantes :

- Enfoques rutinarios y rutinizantes.
- Despersonalización de los contactos.
- Preguntas que no encuentran respuestas convincentes.
- Menor utilización de sustentación científica.
- Falta de especialización en la promoción.

Estas opiniones generalizadas en los médicos se traducen en limitaciones y restricciones para la tarea de visitador, tales como el establecimiento de días y horarios para la promoción en clinicas privadas, limitación del numero de Visitadores médicos

que se atiende, notorio incremento del tiempo de espera, con selección de los Visitadores por parte de la secretaria o enfermera y por último, la reducción del tiempo promedio que el médico asigna a cada entrevista. Todos estos factores hacen necesario redefinir la Visita Médica y al Visitador Médico (11) 7,8,9 pp.

Actualmente la Visita Médica enfrenta una serie de problemas por diversos factores, pero el problema clave es la estandarización y masificación de la entrevista médica (11) 4pp.

Esta masificación se está dando por varias causas, unas son inherentes a los laboratorios farmacéuticos y sus Visitadores por la ampliación del tiempo destinado a tareas comerciales y administrativas, incremento en los promedios diarios de visita requerido por los laboratorios, aumento de la población de médicos en la zona de trabajo, ampliación del área de trabajo etc.

Todo esto trae como consecuencia directa que el Visitador médico tenga menos preocupación por su preparación científica, menos cientifismo en sus presentaciones promocionales, una notable disminución en el número de productos promovidos y un deterioro de la imagen de Visitador médico ante el médico (11) 7,8,9 pp.

Por otro lado, hay también causas inherentes al cuerpo médico, como el acortamiento del tiempo de entrevistas promocionales debido al grande y disperso volumen de trabajo al que se ven sometidos, el desgaste provocado por la falta de cambios en la promoción, el tedio producido ante la reiteración de argumentos y la repetición de materiales bibliográficos y de apoyo, incremento

en el número de Visitadores médicos ya sea por aumento de fuerza de ventas o el caso de laboratorios farmacéuticos nuevos (11) 8pp

La consecuencia de todo lo hasta ahora analizado es que se hace necesario personalizar la entrevista médica y tratar a cada médico como un individuo, observando sus necesidades e insatisfacciones propias, dándole importancia a sus opiniones personales, surgiendo entonces la necesidad de redefinir al Visitador médico (11) 8pp.

El Visitador Médico ideal, sería aquel que al realizar su entrevista atrae la atención del Médico, indaga las necesidades e insatisfacciones de éste, en áreas de promoción. Presenta sus productos con argumentos sólidos, sustentados científicamente, pregunta y repregunta sobre los temas tratados, pudiendo encarar análisis comparativos con productos de la competencia, puede contestar a preguntas generales y específicas, pudiendo rebatir diferentes puntos de vista, hacer objeciones si es necesario y por último, rematar una venta (11) 11 pp.

13.3 ENCUESTA A MEDICOS SELECCIONADOS I

1. ¿ Considera Ud. que es importante la preparación Científico - Profesional del VISITADOR MEDICO ?

SI

NO

2. ¿ Cree Ud. que la preparación del VISITADOR MEDICO promedio es adecuada para brindarle un servicio óptimo cuando lo visita en su clinica u hospital ?

SI

NO

3. De los laboratorios Farmacéuticos que Ud recibe en su clinica u hospital, ¿ cree Ud. que les dan preparación y entrenamiento adecuado a sus VISITADORES MEDICOS ?

SI

NO

4. ¿ Le gustaria que los mensajes promocionales de los medicamentos que le presentan los VISTADORES MEDICOS fueran más científicos y directos ?

SI

NO

5. ¿ En la actualidad esta recibiendo VISITA MEDICA de uno o varios Químicos Farmacéuticos en su clinica u hospital ?

SI

NO

6. ¿ Cree Ud. que el Químico Farmacéutico es un profesional que pueda darle un mejor servicio en el campo de la VISITA MEDICA ?

SI

NO

7. ¿ Ha tenido oportunidad de comentar sus inquietudes sobre medicamentos o temas relacionados a ellos con algún Químico Farmacéutico que lo visite profesionalmente ?

SI

NO

¡ MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION !

13.4 ENCUESTA A QUIMICOS FARMACEUTICOS QUE TRABAJEN EN VISITA MEDICA :

La presente encuesta se realiza con el objeto de ayudar a mejorar el pensum de la carrera de Química Farmacéutica, y de antemano se agradece su colaboración.

INSTRUCCIONES : Encierre dentro de un círculo la respuesta que Ud. considere más exacta, y si lo cree necesario especifique.

1. Indique el puesto que desempeña en el área en que trabaja :

- A Gerencia o Supervisión
- B Visita Médica Institucional exclusivamente.
- C Visita Médica en clinicas privadas y hospitales.
- D Otros.

ESPECIFIQUE : _____

2. ¿ Como considera Ud. la formación que da la Escuela de Química Farmacéutica para su área particular de trabajo ?

- A Excelente.
- B Buena.
- C Regular.
- D Mala.

ESPECIFIQUE : _____

3. ¿ Cree Ud. que el Químico Farmacéutico posee las bases necesarias que le permitan aplicar sus conocimientos al trabajo de la VISITA MEDICA ?

A Si.

B No.

ESPECIFIQUE : _____

4. A continuación, se da una lista de cursos de la carrera de Química Farmacéutica afines al Área de VISITA MEDICA, indique cuales a su criterio deben ser reforzados para mejorar el desempeño del Químico Farmacéutico en la VISITA MEDICA.

A FARMACOLOGIA.

B ANATOMIA Y FISIOLOGIA.

C BIOQUIMICA.

D MICROBIOLOGIA.

E TOXICOLOGIA.

F QUIMICA ORGANICA.

G ADMINISTRACION DE EMPRESAS.

H OTROS.

ESPECIFIQUE : _____

5. ¿ Ha realizado Ud. cursos de especialización, entrenamiento o postgrado que sean de utilidad en su trabajo actual ?

A Si B No

C Entrenamiento. D Especialización

E Postgrado F Otros.

6. ¿ Que cree Ud. que se necesita para que el profesional Químico Farmacéutico siga desarrollandose en el área de la VISITA MEDICA ?

- A Implementación de nuevos cursos.
- B Especialización de la carrera.
- C Otros.

ESPECIFIQUE : _____

7. ¿ Como considera la situación actual del mercado laboral de la VISITA MEDICA ?

- A La oferta de profesionales Químico Farmacéuticos es mayor que la demanda de trabajo.
- B Hay mayor demanda de trabajo que oferta de profesionales.
- C Existe equilibrio entre la oferta y la demanda.

8. ¿ Existen en la actualidad en Guatemala otros profesionales que esten incursionando en el área de VISITA MEDICA ?

- A Si.
- B No.

ESPECIFIQUE : _____

¡ MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION !

13.5 ENCUESTA A LOS EMPLEADORES DE EMPRESAS FARMACEUTICAS :

La presente encuesta se realiza con el objeto de ayudar a mejorar el pensum de la carrera de Química Farmacéutica, y de antemano se agradece su colaboración.

INSTRUCCIONES : Encierre dentro de un círculo la respuesta que Ud. considere más exacta, y si lo cree necesario especifique.

1. ¿ Han trabajado uno o más Químicos Farmacéuticos en el área de VISITA MEDICA en la empresa que Ud. dirige ?

A Si.

B No.

2. ¿ En que áreas específicas se han desempeñado en su empresa ?

A Gerencia o Supervisión

B Visita Médica Institucional exclusivamente.

C Visita Médica en clinicas privadas y hospitales.

D Otros.

ESPECIFIQUE : _____

3. ¿ Como calificaria Ud. el trabajo del Químico Farmacéutico en la VISITA MEDICA ?

A Excelente.

B Buena.

C Regular.

D Mala.

ESPECIFIQUE : _____

4. ¿ Qué grado de aceptación están teniendo sus VISITADORES MEDICOS, Químico Farmacéuticos ante el gremio Médico ?

A Excelente.

B Buena.

C Regular.

D Mala.

ESPECIFIQUE : _____

5. A su criterio personal ¿ Que áreas de conocimiento deben ser reforzadas en el pensum de estudios del Químico Farmacéutico, para que éste se desempeñe mejor en el área de la VISITA MEDICA ?

ESPECIFIQUE : _____

COMENTARIOS ADICIONALES : _____

; MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION !

13.6 TABLAS Y GRAFICAS :

TABLA 14. VENTAS DE MEDICINA EN CENTROAMERICA 1974 - 1977.

SEMESTRE	1974	1975	1976	1977
1	19.40	25.20	26.00	29.60
2	21.10	26.50	28.00	31.20
3	23.10	25.50	28.50	38.60
4	23.50	26.50	27.50	37.00
TOTALES	87.10	103.60	109.30	149.30

EN MILLONES DE DOLARES

FUENTE : IMS 1977

TABLA 15. VENTAS DE MEDICINA EN CENTROAMERICA 1978 - 1981.

SEMESTRE	1978	1979	1980	1981
1	36.30	46.50	55.50	56.80
2	39.70	46.80	54.50	54.00
3	42.80	44.70	51.90	57.20
4	44.30	45.00	56.90	53.50
TOTALES	163.10	183.00	218.80	221.50

EN MILLONES DE DOLARES

FUENTE : IMS 1981.

FUENTE : IMS 1982.

PAIS	1979	1980	1981	1982
GUATEMALA	24.26%	25.76%	25.76%	25.77%

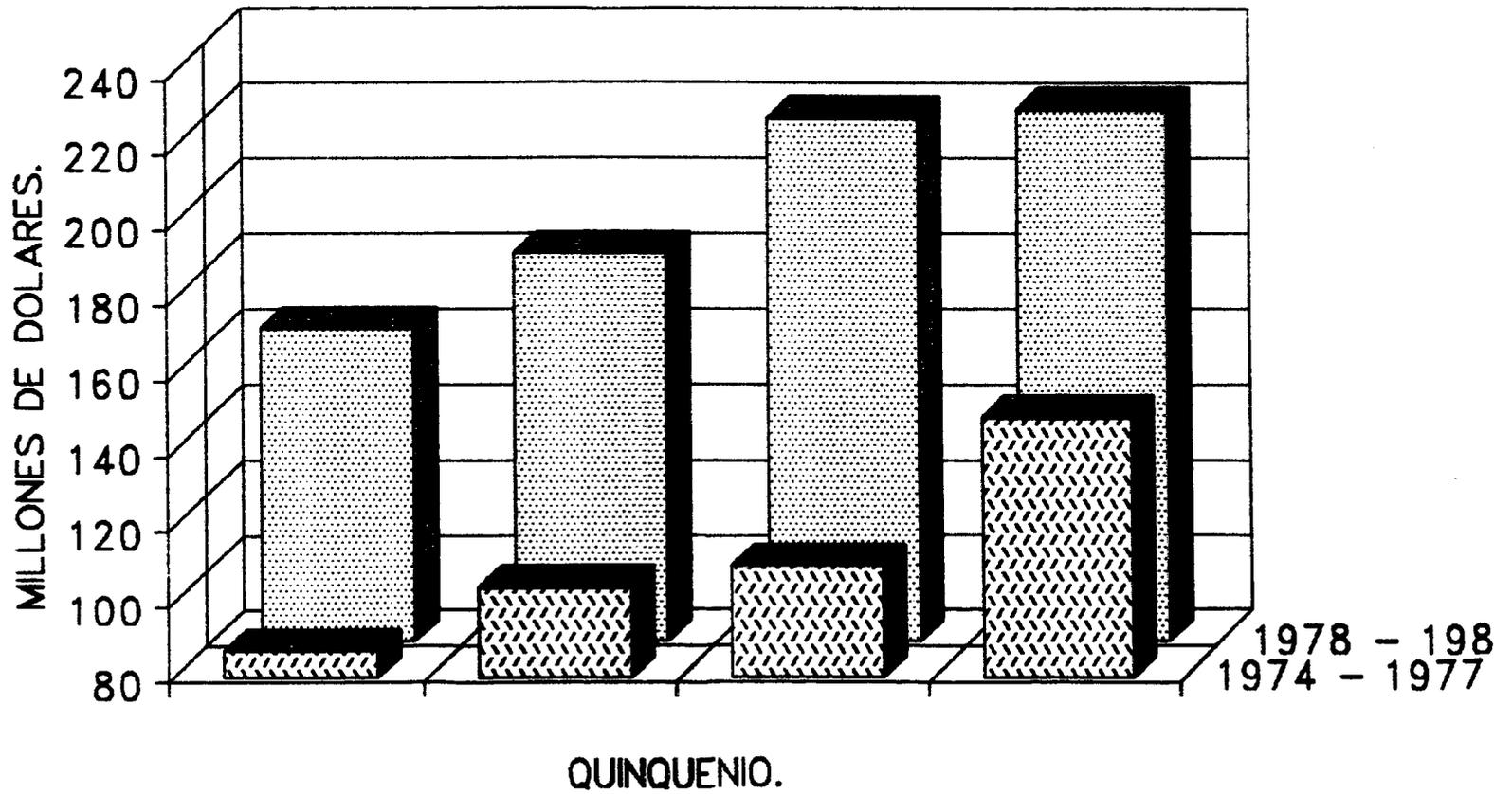
TABLA 17. VENTAS DE MEDICINA EN CENTROAMERICA PORCENTAJE DE PARTICIPACION GUATEMALTECA EN EL MERCADO 1979 - 1982.

EN MILLONES DE DOLARES FUENTE : IMS 1982.

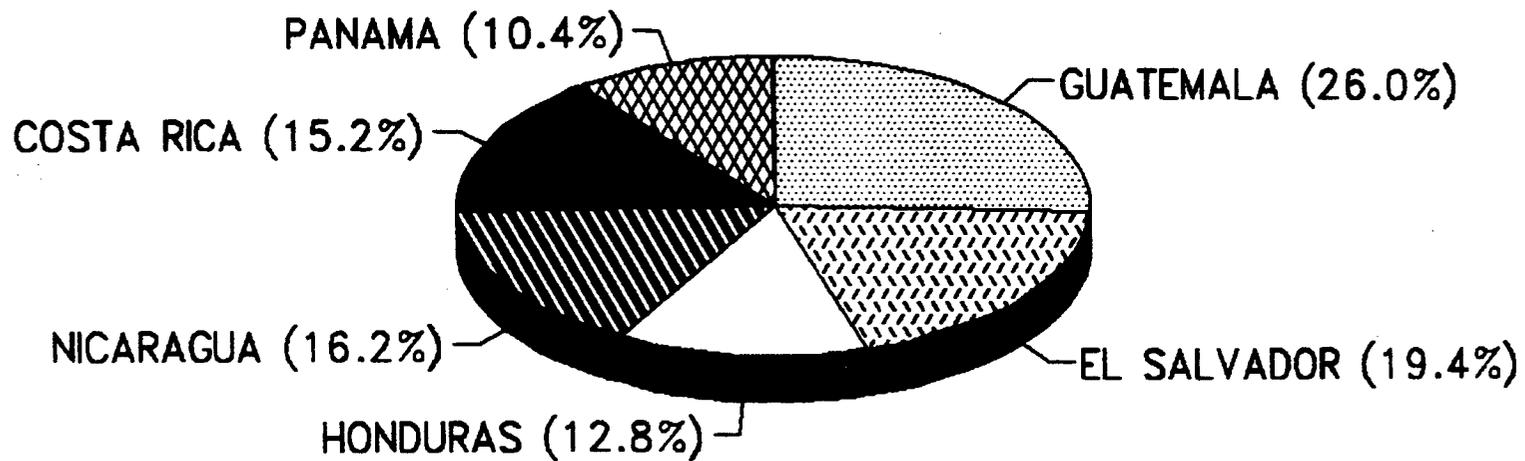
PAIS	PORCENTAJE PARTICIPACION	VENTA NETA	PRODUCTOS ETICOS	PRODUCTOS DE VENTA LIBRE
GUATEMALA	25.77	67.204,636	60.489,172	6.720,463
EL SALVADOR	19.22	51.948,636	46.753,772	5.194,863
HONDURAS	12.88	33.615,357	30.253,821	3.361,535
NICARAGUA	16.06	41.882,284	37.694,055	4.188,288
COSTA RICA	15.02	39.170,106	35.253,095	3.917,010
PANAMA	10.35	26.965,306	24.268,775	2.696,530

TABLA 16. VENTAS DE MEDICINA EN CENTROAMERICA PARTICIPACION POR PAISES EN 1982.

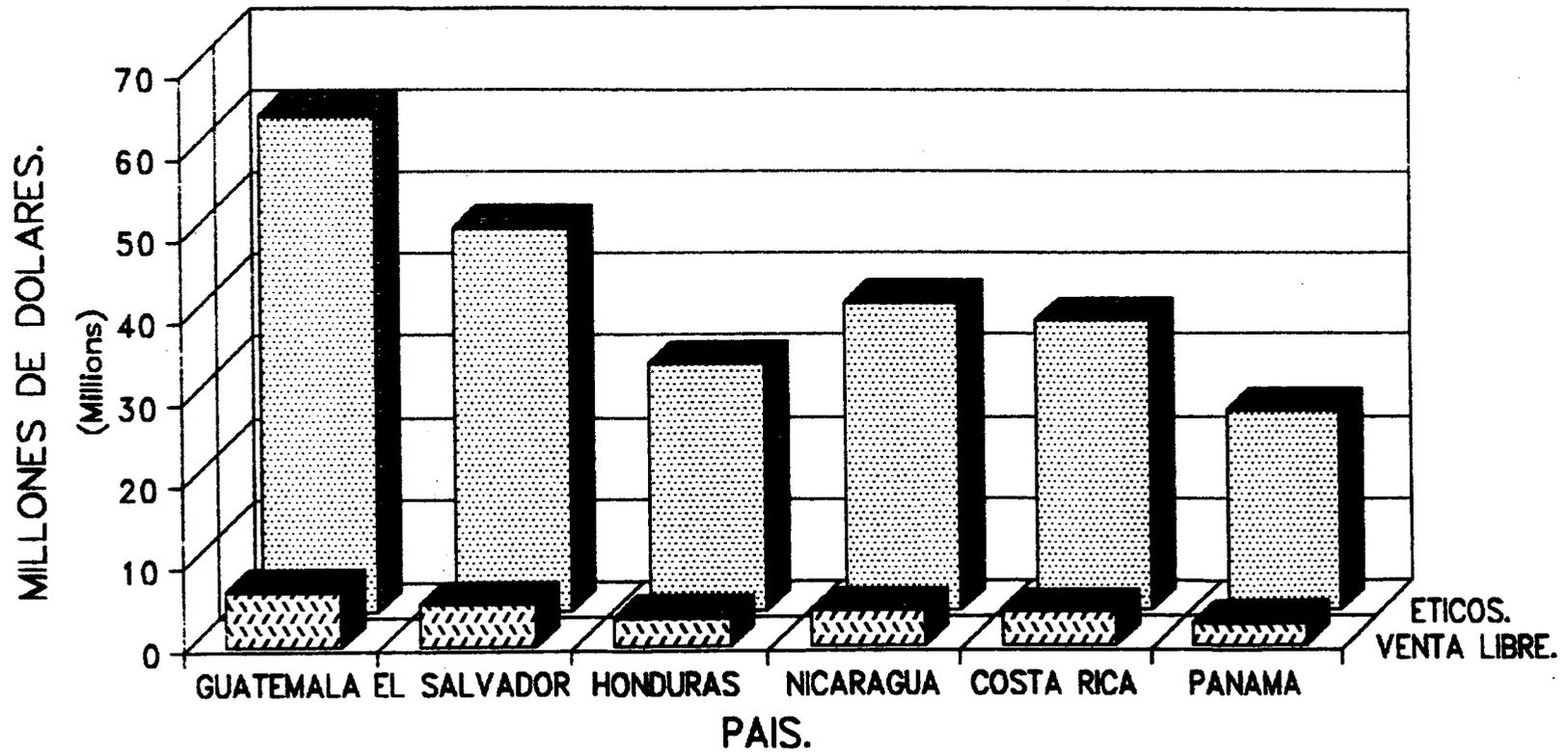
GRAFICA 22.
VENTAS DE MEDICAMENTOS EN CENTROAMERICA



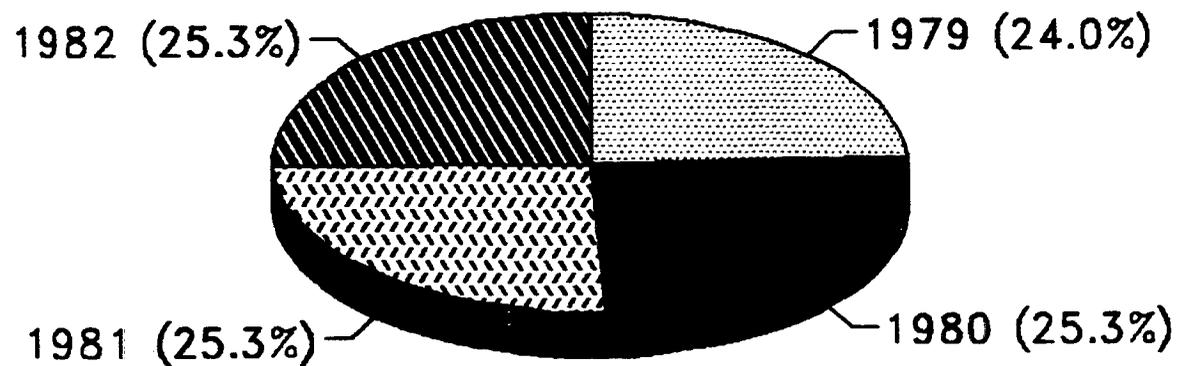
GRAFICA 23.
PARTICIPACION POR PAISES (1982)



GRAFICA 24.
VENTAS DE MEDICINA (1982)



GRAFICA 25.
PARTICIPACION GUATEMALTECA 1979-1982





RAUL MENDOZA PAREDES

AUTOR



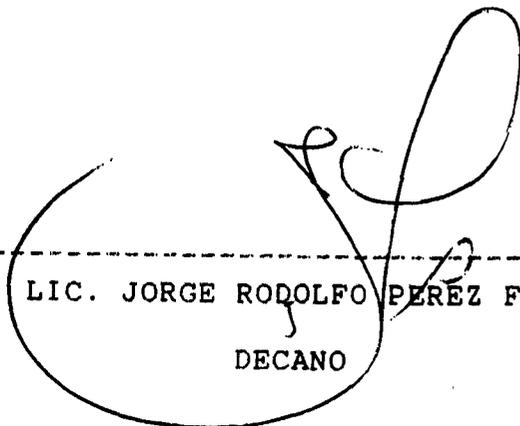
LICDA. GLORIA ELIZABETH NAVAS ESCOBEDO

ASESORA



LICDA. LILIAN R. IRVING ANTILLON

DIRECTORA DE ESCUELA DE QUIMICA FARMACEUTICA



LIC. JORGE RODOLFO PEREZ FOLGAR

DECANO

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central