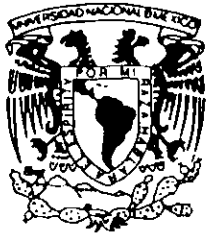


64

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTONOMA DE
MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ZARAGOZA

**EVALUACION DEL MERCADO DE LOS
FITOFARMACOS PARA SU ACEPTACION COMO
UNA NUEVA ALTERNATIVA FARMACOLOGICA
DE PRESCRIPCION.**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

QUIMICO FARMACEUTICO BIOLOGO

P R E S E N T A :

MAYRA MARICELA ORTEGA TLAPA

MEXICO, D. F.

SEPTIEMBRE DEL 2000



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



FACULTAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES "ZARAGOZA"

JEFATURA DE LA CARRERA DE
QUIMICO FARMACEUTICO BIOLOGO

ASUNTO ASIGNACION DE SINODALES

ESTIMADOS MAESTROS:

La Dirección de la Facultad de Estudios Superiores "Zaragoza", ha nombrado a ustedes como Sinodales del Examen Profesional del (la) señor (ita):

ORTEGA TLAPA MAYRA MARICELA

para obtener el Título de Químico Farmacéutico Biólogo.

Les agradeceré se sirvan revisar el trabajo escrito intitulado: Evaluación del mercado de los fitofármacos para su aceptación como una nueva alternativa farmacológica de prescripción.

Y asistir en la fecha que después se les hará saber al Examen de Recepción Profesional

PRESIDENTE	Q. MA. TERESA MENDOZA MATA
VOCAL	ING. CARLOS GOMEZ NUÑEZ
SECRETARIO	Q F B FRANCISCO TOMAS DELGADO CRUZ
SUPLENTE	Q F B MA MARTHA UGALDE HERNANDEZ
SUPLENTE	M en C VICENTE JESUS HERNANDEZ ABAD

ATENTAMENTE
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"
México, D.F. a 17 de mayo del 2000

Q F B ROBERTO CRUZ GONZALEZ MELENDEZ
JEFE DE LA CARRERA

c c p Departamento de Control de Egresados
c c p Interesado

Agradecimientos

Gracias a mi mamá desde niña sabía lo que "quería ser de grande", ella me dió un buen jalón de orejas en mi adolescencia y esto me encarriló para continuar en el camino trazado. En todos los momentos de mi vida hasta ahora he contado con su apoyo, regaños y mimos que me han hecho ser lo que ahora soy. Mi agradecimiento nunca será suficiente para pagarle lo que hizo y ha hecho por mí y mis hermanas. Mami: te amo.

Javier: tu fuerza y personalidad han sido mi ejemplo para fortalecer mi carácter y modificar para bien muchas de mis actitudes ante la vida. En gran parte este trabajo ha concluído gracias a tí por tu apoyo y disposición cuando lo necesitaba. Me has impulsado para desear mejorar en muchos aspectos y deseo continúe así el resto de nuestras vidas. Te amo.

Mi agradecimiento muy profundo para Amica-Rodriguez y Asociados, por brindarme la oportunidad de realizar esta tesis y otorgarme las facilidades de trabajar en ella en todo momento.

Ing. Carlos Gómez y Lic. Amalia Rodríguez: gracias por las charlas tan amenas y provechosas de las que siempre he obtenido buenos consejos y reflexiones. Gracias por hacerme pensar.

A mi mamá Celia:

Gracias por cuidar de nosotros desde niños, por darnos tu cariño y apoyo incondicional. Te quiero mucho y siempre te llevo en mi corazón.

A mis hermanas:

Considero que la familia siempre nos brinda apoyo en todo momento y por ello es importante que se mantenga unida y nos manifestemos nuestro cariño. Deseo que sepan que cuentan conmigo en cualquier momento o circunstancia sin lugar a dudas.

A mis supervisoras y jefes en Eli Lilly:

Les agradezco con el alma la oportunidad que me brindan de trabajar en esta gran empresa, porque ello me ha hecho crecer y superar profesionalmente.

A mi asesor Tomás:

Por su disposición y orientación en todo momento.

ÍNDICE GENERAL

	Página
Introducción	1
Fundamentos teóricos	2
Generalidades	2
Fitofármacos y Fitomedicamentos	3
Distribución y Marketing	6
Investigación de Mercados	7
Planteamiento del problema	12
Objetivos	13
Objetivo general	13
Objetivos específicos	13
Hipótesis	14
Metodología	15
Diagrama de flujo	18
Resultados	19
Análisis de resultados	45
Conclusiones	74
Bibliografía	76
Anexos	77

Índice de Gráficas y Tablas

	Página
Gráfica No.1.- ¿Maneja usted alguna terapia diferente a la alopatía?	20
Gráfica No.1.1.- ¿Además de la alopatía, cuál es la terapia que maneja?	21
Gráfica No.2.- ¿En qué casos recurre o ha recurrido a la fitofarmacia?	22
Gráfica No.3.- ¿Alguna vez ha intentado usar fitomedicamentos?	23
Gráfica No.3.1.- ¿Por qué utiliza fitomedicamentos?	24
Gráfica No.3.2.- ¿Por qué no utiliza fitomedicamentos?	25
Gráfica No.4.- ¿Cuáles son los fitomedicamentos que utiliza?	26
Gráfica No.5.- ¿Para qué tipo de afecciones prescribe fitomedicamentos?	27
Gráfica No.6.- ¿Qué resultados ha obtenido con el uso de los fitomedicamentos prescritos?	28
Tabla No.1.- ¿Cuáles son las características que usted considera que definen mejor a los fitomedicamentos?	29
Gráfica No.7.1.- ¿Cómo percibe usted a los fitomedicamentos?	30
Gráfica No.8.- ¿Conoce usted a los fitomedicamentos?	31
Gráfica No.8.1.- ¿Podría nombrar cuál conoce?	32
Gráfica No.8.2.- ¿Qué productos conoce de la compañía que mencionó?	33
Gráfica No.8.3.- ¿Ha prescrito el producto que mencionó?	34
Gráfica No.8.4.- ¿Para qué afección ha prescrito el producto que mencionó?	35
Gráfica No.8.5.- ¿Qué resultados ha obtenido con el producto que mencionó?	36
Gráfica No.9.- ¿Qué imagen tiene usted de las compañías comercializadoras de fitomedicamentos en comparación con las compañías farmacéuticas tradicionales en cuanto a investigación y desarrollo?	37
Gráfica No.9.1.- ¿Qué imagen tiene usted de las compañías comercializadoras de fitomedicamentos en comparación con las compañías farmacéuticas tradicionales en cuanto a soporte científico?	38
Gráfica No.10.- ¿De dónde obtuvo la información con la que usted creó la imagen de una compañía comercializadora de fitomedicamentos?	39

Gráfica No.10.1.- ¿Considera usted que la información recibida es apropiada para cubrir sus necesidades en la consulta?	40
Gráfica No.11.- ¿Qué recomendaciones daría usted para que una compañía transnacional comercializara fitomedicamentos en México?	41
Gráfica No.12.- ¿Cree usted en un futuro de alta prescripción para los fitomedicamentos?	42
Gráfica No.12.1.- ¿Por qué cree en un futuro de alta prescripción para los fitomedicamentos? ...	43
Gráfica No.12.2.- ¿Por qué no cree en un futuro de alta prescripción para los fitomedicamentos?	44

Introducción

El interés por las posibilidades terapéuticas que ofrecen los fármacos de origen vegetal ha estado creciendo desde hace años. Por consiguiente, la posición de los fitofármacos dentro del marco de la terapia medicamentosa tiene cada día mayor relevancia y debido a ello ha surgido una gran variedad de fitomedicamentos que actualmente se comercializan.

Sin embargo, se debe mencionar que existe especialmente con este grupo de medicamentos y fármacos, falta de información dentro del ámbito científico, puesto que los médicos y los responsables de farmacia dentro del marco de sus estudios reciben una información insuficiente en cuanto a nuevos desarrollos de los productos de origen vegetal.

En gran medida por discusiones controvertidas, los fitomedicamentos se encuentran en un terreno intermedio entre la medicina científica y la medicina tradicional lo que, dentro del medio especializado provoca una cierta inseguridad en cuanto al lugar de los mismos y su empleo racional dentro del entorno de la terapia medicamentosa.

La falta de información en cuanto a calidad, eficacia, tolerancia y comparación de fitomedicamentos, hace más difícil que los médicos diferencien entre los conocimientos sólidos por un lado y los postulados no comprobados por otra parte.

Por otro lado, la investigación de mercados se presenta como una herramienta útil para suministrar la información requerida, de modo que se incrementen las posibilidades de lograr una penetración exitosa de los fitomedicamentos dentro del mercado de los medicamentos de prescripción.

El presente trabajo contiene elementos obtenidos de una investigación apegada a los lineamientos mercadológicos de mayor actualidad que permiten responder los diferentes cuestionamientos que están relacionados con el empleo terapéutico de los fitofármacos en una forma farmacéutica determinada.

En general, incluye temas generados de la propia investigación, sobre la importancia que tienen estas entidades farmacéuticas para una firma comercializadora, así como para los médicos y farmacéuticos. Sin embargo, no presenta información sobre la utilidad práctica de plantas individuales, fitofármacos o fitomedicamentos preparados a partir de ellas, pues ello sería motivo de otro estudio posterior y bajo otros parámetros.

Fundamentos teóricos

Generalidades

En la antigüedad, el hombre descubrió en las plantas un uso adicional a sus aplicaciones como fuente de alimento, que fue el de utilizarlas como agentes medicinales para el tratamiento de algunos de sus padecimientos. Una farmacopea china, de casi 5000 años de antigüedad, describía el uso del opio, cáñamo y ruibarbo en el tratamiento de diversas afecciones, y la civilización Sumeria (alrededor del 2000 a.c.) describía aproximadamente 1000 plantas medicinales. El Papiro de Ebers del Egipto del siglo XVI a.C. registraba el uso del aloe y del aceite de castor, mientras que los médicos de los períodos griego y romano, incluyendo a Hipócrates y Galeno, utilizaban en gran manera remedios de origen herbal, e implementaron los fundamentos para el desarrollo de los sistemas médicos occidentales¹.

Para las culturas del México antiguo, las plantas generosas proveedoras de alimentos y sustancias curativas, fueron un elemento fundamental en la vida cotidiana. Diversos documentos coloniales tempranos, como los de Martín de la Cruz y Juan Badiano, Bernardino de Sahagún y Francisco Hernández recopilan una amplia variedad de remedios vegetales con diversos usos, unos bajo conceptos médicos nativos consignados en el *Libellus Medicinalibus Indorum Herbis*, de Martín de la Cruz y Juan Badiano y otros a la concepción europea de la acción y la utilidad de las plantas medicinales mexicanas plasmada en la *Historia de las cosas de la Nueva España*, de Sahagún².

La investigación científica sobre plantas medicinales ha tenido una amplia trayectoria a lo largo de la historia de México. Sin embargo, las investigaciones químicas y farmacológicas han sido relativamente escasas, lo que ha impedido la incorporación de las plantas como medicamentos en la medicina moderna. La investigación médica formal de estos recursos se inició durante la época del Porfiriato, en las dos últimas décadas del siglo XIX. Se fundó el Instituto Médico Nacional, que tuvo como objetivo llevar a cabo el estudio de la flora medicinal mexicana para su incorporación en la terapéutica nacional. Este instituto se clausuró y fue hasta la década de los setenta cuando se retomó la organización multidisciplinaria de la investigación en la flora medicinal creándose el Instituto Mexicano para el Estudio de las Plantas Medicinales (IMEPLAN) dirigido por el doctor Xavier Lozoya. El IMEPLAN dio lugar al Centro de Investigación en Plantas Medicinales del IMSS, en donde actualmente se realizan diversos estudios e investigaciones al respecto y principalmente se difunde el estudio de la etnobotánica, la química y la farmacología de las plantas, así como en el Instituto Nacional Indigenista y en la UNAM³.

Fundamentos teóricos

Un hecho muy importante que sirvió de impulso para reiniciar el estudio científico de las plantas medicinales en todo el mundo, fue el que la Organización Mundial de la Salud (OMS) lanzara un plan de acción sanitario de alcance mundial cuya propuesta fue utilizar la medicina herbolaria tradicional con el fin de generar recursos baratos y culturalmente apropiados para la población, a fin de cumplir con los objetivos propuestos de elevar la condición médico-sanitaria de los países más pobres³.

Los fundamentos de la farmacología moderna están basados en gran medida en el conocimiento ganado u obtenido por los productos naturales aislados a partir de las plantas. Muchos de los fármacos modernos derivan directamente de sus usos primarios como extractos crudos de plantas, v. gr: el opio para los dolores, y muchos otros son sintéticos análogos de productos naturales o que se desarrollan tomando como base fundamental su estructura química esencial.

Por un tiempo, la tendencia de la industria farmacéutica fue la de alejarse de los productos naturales. Después de la Segunda Guerra Mundial, los fármacos sintéticos constituyeron todo un suceso entrando en el plano terapéutico; fueron generadas grandes expectativas acerca de que la química podría remediar con rapidez y eficacia muchas de las afecciones que aquejaban al hombre. En ocasiones sin el reconocimiento pleno de sus éxitos, la necesidad de nuevas categorías terapéuticas se mantenía latente y la investigación sobre fármacos de origen vegetal continuó.

Los fármacos contenidos en las plantas han demostrado ser ampliamente satisfactorios y encuentran un gran campo de utilización en la manufactura de novedosos y complejos fitoquímicos o fitofármacos con un amplio rango de actividades biológicas. Muchos de estos compuestos son difíciles o imposibles de sintetizar en el laboratorio químico y algunas firmas farmacéuticas retornan a los productos naturales como fuentes estructurales de las guías para el desarrollo de nuevos medicamentos⁴.

Por esta razón, el interés por las posibilidades terapéuticas que ofrecen los fármacos de origen vegetal ha estado creciendo en los últimos años. Por consiguiente, la posición de los fitofármacos dentro del marco de la terapia medicamentosa tiene cada día mayor relevancia.

Fitofármacos y Fitomedicamentos

La ley General de Salud en su artículo 224 define a los productos herbolarios como: "aquellos elaborados con material vegetal o algún derivado de éste, cuyo ingrediente principal es la parte aérea o subterránea de una planta o extractos y tinturas, así como jugos, resinas, aceites grasos y esenciales, presentados en forma farmacéutica, cuya eficacia terapéutica y seguridad ha sido confirmada científicamente en la literatura nacional o internacional"⁵.

Los medicamentos herbolarios además de contener material vegetal, pueden contener excipientes y aditivos en su formulación⁵. Para fines prácticos en este trabajo se denominan fitomedicamentos a los medicamentos herbolarios.

Para evitar confusiones entre el ámbito médico conviene definir a los fitofármacos como sustancias activas derivadas exclusivamente de plantas, partes de plantas, ingredientes vegetales o bien preparaciones a partir de ellos.

La preparación a partir de partes vegetales puede ser:

- a) Partes vegetales cortadas o pulverizadas.
- b) Jugos de partes de planta.
- c) Tinturas, maceraciones en aceite, destilados.
- d) Extractos de partes de plantas, obtenidas mediante disolventes dentro del marco de varios procedimientos.

Existe una gran variedad de presentaciones de fitomedicamentos, entre las que se encuentran⁶:

- a) Gotas, jugos, soluciones.
- b) Cápsulas, tabletas, grageas.
- c) Ampolletas, infusiones.
- d) Pastas, ungüentos, geles.

Es notable que la mayoría de los profesionales de la medicina en nuestro medio no distinguen entre los productos elaborados a base de hierbas medicinales a la manera tradicional de los fitomedicamentos formales. No obstante, la situación tiende a cambiar con rapidez debido a la demostración científica de su beneficio terapéutico.

La eficiencia de los fitofármacos se demuestra mediante estudios clínicos cuyo éxito está en la selección del extracto, el cual se somete a una gran cantidad de etapas en donde se extraen sustancias no activas o potencialmente dañinas. El resultado de lo anterior es la obtención de un extracto de alta calidad estandarizado, con el cual se elaboran los fitomedicamentos y esto les lo que distingue realmente a este tipo de productos de las preparaciones herbolarias tradicionales.

La experiencia de la investigación de la Fitoterapia (tratamiento basado en el uso de fitomedicamentos) actualmente ha creado la idea de que son varios los componentes extraídos de la planta medicinal que con diversas propiedades farmacológicas participan en la eficacia terapéutica de los extractos. Un pre-requisito para que la terapia tenga éxito no radica solamente en la selección de una apropiada calidad de la hierba, sino también los procedimientos de extracción y estandarización que intervienen para obtener un extracto de alta calidad.

Excepto en algunas aplicaciones, las posibilidades de empleo de los fitofármacos en la medicina hospitalaria son limitadas. Estos fármacos, en general no son adecuados para tratamiento en las fases agudas de las enfermedades. El empleo de los fitofármacos está indicado básicamente en pacientes ambulatorios. En el campo de la Geriátrica son particularmente útiles dado que, entre otras cualidades, generalmente presentan poca o nula interacción con otros medicamentos y son bien tolerados⁶.

Las indicaciones más estudiadas de los fitofármacos son:

- Enfermedades psicovegetativas
- Trastornos de la función cerebral
- Enfermedades venosas de miembros inferiores
- Enfermedades del aparato digestivo
- Enfermedades del tracto urogenital, por ejemplo Hiperplasia Prostática Benigna (etapa I y II)
- Enfermedades cutáneas

Un ejemplo de los fitofármacos de reciente desarrollo lo representan las preparaciones a base de *Hipericum perforatum* cuya indicación es en los estados depresivos. Los fármacos de síntesis química más utilizados en esta indicación terapéutica suelen tener una gran cantidad de efectos indeseables aún antes de presentarse el efecto terapéutico deseado. Esta situación ha sido determinante para que en Alemania más del 25% de todas las prescripciones médicas en Depresión sean hechas a favor de las diferentes preparaciones elaboradas a base de *Hipericum perforatum*⁸.

Se han publicado diversos artículos en revistas médicas sobre el extracto especial del *Ginkgo biloba* en pacientes con enfermedad de Alzheimer de origen vascular, demostrando que en un grupo significativo de pacientes, las funciones intelectuales mejoraban comparándolo con placebo⁶.

Con la enorme evidencia de los últimos años, la Organización Mundial de la Salud recomendó a los gobiernos de los países miembros implementar recursos para fomentar el desarrollo de las plantas medicinales en su concepto moderno. Inclusive en los E.U.A., que han mantenido una posición conservadora a este respecto, han creado una oficina dentro de su organización sanitaria para examinar este asunto⁷.

En México, las recientes modificaciones en la regulación sanitaria, contemplan a los fitomedicamentos como medicamentos con los mismos requerimientos de registro a los utilizados en los fármacos de síntesis química.

En resumen, los fitomedicamentos modernos representan una alternativa de gran utilidad en algunos padecimientos y constituyen una gran fuente de investigación científica en el presente y futuro.

Distribución y Marketing

La venta y distribución de productos farmacéuticos requiere la diseminación y distribución paralelas de información técnica y médica de los productos. Por su naturaleza, los medicamentos tienen requerimientos de información y de características altamente especializadas. Sin la información actualizada necesaria acerca de su composición, farmacología, así como de perfiles clínicos, dosificación, modo de acción, interacciones potenciales, reacciones adversas, etc., los medicamentos pueden ser prescritos inadecuados o inapropiadamente, dispensados o autoadministrados por el paciente. El resultado puede ser, en el mejor de los casos, pobremente satisfactorio y presentar una respuesta desfavorable e indeseable, o posiblemente ser menos afortunado. Los laboratorios farmacéuticos deben, por lo tanto, asegurarse de la provisión continua de factores y/o reportes (bibliografía o literatura) nuevos y actualizados, así como proporcionar elementos memorables sobre datos existentes con respecto a sus productos. Para este propósito se dispone de diferentes medios, tales como: literatura sobre el producto, reportes clínicos/médicos calificados, simposios y otro tipo de reuniones, lo mismo que muestras médicas.

Otro aspecto importante relacionado con la función de distribución, es la rapidez y eficiencia de surtimiento de los productos de acuerdo a sus marcas farmacéuticas. El aprovisionamiento de medicamentos tolera solo aquellos retrasos que no son importantes. Un sistema eficiente de distribución y tráfico está conformado por los médicos, farmacéuticos y fabricantes, cuyo objetivo final es el de asegurarle a los pacientes que estén óptimamente provistos con la medicación que requieren. Los representantes médicos de las compañías juegan un papel vital en el mantenimiento del contacto personal, tanto con los médicos como con los farmacéuticos, con la consecuencia última de garantizar la comunicación a gran escala entre los tres grupos del equipo antes mencionado.

Investigación de mercados

Aún cuando el interés por las posibilidades terapéuticas que ofrecen los fitomedicamentos ha estado creciendo en los últimos años, se debe mencionar que existe, especialmente con este grupo de medicamentos, una falta de conocimiento por parte de los profesionales del entorno científico, puesto que los médicos y los responsables de farmacia dentro del marco de sus estudios reciben una información insuficiente en cuanto a nuevos desarrollos de productos de origen vegetal.

En gran medida, por discusiones controvertidas los fitofármacos y los fitomedicamentos se encuentran en un terreno intermedio entre la medicina científica y la medicina tradicional lo que, dentro del medio especializado, provoca una cierta incertidumbre en cuanto al lugar que les corresponde y su empleo racional dentro del ámbito de la terapia medicamentosa⁷.

La falta de información en cuanto a calidad, eficacia, tolerancia y comparación de fitofármacos con entidades terapéuticas "tradicionales", hace más difícil que los círculos especializados diferencien entre los conocimientos sólidos y los postulados no comprobados.

Dada esta situación, la introducción de una línea de fitomedicamentos por una firma comercial, requiere de la evaluación del mercado farmacéutico para elaborar de este modo una estrategia de penetración que provea al comercializador de mayores y más reales probabilidades de éxito.

Sin lugar a dudas, uno de los grandes retos que tiene que afrontar cualquier empresa se centra en el mantenimiento de una adecuada y eficaz política de lanzamiento de productos nuevos, por ejemplo los fitomedicamentos, con lo que se consigue la renovación constante de su "portafolio" de productos, única estrategia capaz de asegurar la supervivencia de una empresa y su potencialidad para crecer de manera sostenida y sana.

Un hecho elemental en el Marketing (mercadeo) de medicamentos de prescripción, radica en la afirmación de que el éxito de los mismos se basa fundamentalmente en su adopción por parte de los médicos en la rutina diaria de sus prescripciones.

Un medicamento de prescripción está realmente afianzado en un mercado, cuando el mismo llega a poseer casi un segundo significado en la mente de un número adecuado de médicos que lo prescriben o recetan a sus pacientes.

Fundamentos teóricos

Aún cuando puedan existir aparentes desviaciones a esta afirmación, con relación a la participación en la prescripción por parte de farmacéuticos y/o de la autoprescripción, que iguala o sobrepasa la realizada por la clase médica, en el fondo todas tienen su origen en la prescripción médica. Esto es, los farmacéuticos empiezan a dispensar por su cuenta cuando adquieren confianza a través de determinar la fluctuación en la cantidad de recetas emanadas por los médicos que reciben en sus farmacias de las distintas marcas¹⁰.

De este modo, la investigación de mercados se presenta como una herramienta útil para suministrar la información requerida, de modo que se incrementen las posibilidades de lograr una penetración exitosa de los fitomedicamentos dentro del mercado de los medicamentos de prescripción y constituir una base de lanzamiento para la estructuración de campañas publicitarias efectivas auxiliando en la planeación adecuada y la toma de decisiones en los mercados, permitiendo la identificación y la satisfacción de las necesidades del cliente, ubicando para este caso, al médico prescriptor como cliente. Esta investigación sirve como instrumento de acopio de información que a través de un proceso técnico permite clasificar, analizar o interpretar datos cuantitativos y/o cualitativos obtenidos de fuentes primarias y/o secundarias de información a fin de evitar riesgos y tomar decisiones adecuadas para una eficiente dirección de la empresa¹⁰.

La investigación de mercados, es el método analítico crucial y proporciona una administración con información vital estratégica y táctica para la toma de decisiones en una empresa. Para poder llevar a cabo sus estrategias se deben considerar las etapas del marketing: investigación de mercados, análisis del mercado, presupuestos comerciales, mezcla de marketing (producto, promoción, precio y distribución), ejecución, control y evaluación¹¹.

La importancia que tiene la investigación de mercados dentro de estos procesos es muy alta ya que sirve como instrumento de acopio de información, evita y limita los riesgos y especialmente ayuda a la toma de decisiones en condiciones de menor incertidumbre.

Dentro de esta concepción total de la empresa, puede verse que la investigación de mercados es una rama del marketing que se auxilia de varias ciencias para crear y establecer un sistema de información.

En la investigación de mercados pueden diferenciarse cuatro divisiones principales¹¹:

1. Investigación del producto: involucra el diseño, desarrollo y pruebas de nuevos productos, el progreso de productos y pronóstico de tendencias comunes en las preferencias del cliente con relación al estilo, desempeño del producto, calidad de materiales, entre otros.
2. Investigación del consumidor: abarca los aspectos relacionados con el comportamiento del consumidor (estudio de las influencias sociales, económicas, culturales y psicológicas que afectan las decisiones de compra).
3. Investigación de ventas: involucra un análisis profundo acerca de las actividades de ventas de una compañía, casi siempre por plazas de ventas, territorios, agencias, etcétera. Es necesario verificar las tendencias de ventas actuales y evaluar las posiciones comparativas con relación a los competidores.
4. Investigación de promoción: es el examen y evaluación de la efectividad de los distintos métodos usados para promocionar los productos o servicios de una compañía. Estas actividades incluyen exhibiciones, campañas de relaciones públicas, comercialización, publicidad comercial y el consumidor, entre otros.

Ahora bien, el muestreo se usa mucho en la investigación de mercados y su metodología es la base del diseño de la investigación. Una muestra es una parte de la población de la cual procede; sólo se acepta como precisa dentro de ciertos límites. Las muestras deben ser representativas, de modo que las conclusiones válidas acerca de su población puedan deducirse¹¹.

Hay dos tipos principales de muestra:

- a) Aleatoria o de probabilidad: esto ocurre donde cada elemento de una población de la cual la muestra ha sido extraída, tiene una probabilidad conocida (y no cero) de ser seleccionada. Este muestreo es usado en forma amplia y es objetivo en su totalidad. A su vez este tipo de muestreo se subdivide en: 1) muestreo aleatorio simple, 2) muestreo estratificado y 3) muestreo de agrupados.

b) Cuota o no probabilidad: conocido también como de juicio o propositivo; es un tipo de muestreo estratificado en el cual la selección de las unidades de muestreo, dentro del estrato especificado (por ejemplo: edad, sexo y grupo socioeconómico), es realizada por entrevistadores sobre una base no elaborada al azar, controlada con alguna extensión de cuotas repartidas entre los diferentes estratos. Los datos obtenidos de este tipo de muestreo son, en general, menos confiables que los derivados de un muestreo aleatorio donde se aplican las rigurosas pruebas estadísticas.

En el diseño de muestra efectivo se debe definir con claridad la población a encuestar. El tamaño de la muestra afecta la calidad de los datos de investigación, además de que depende de las características básicas de la población, el tipo de información requerida y por supuesto, los costos inherentes. Entre más grande sea la muestra, mayor será la precisión o confiabilidad. En términos estadísticos, se prueba que el error de una muestra es inversamente proporcional a la raíz cuadrada del tamaño de la muestra¹⁴.

Con el muestreo aleatorio es posible calcular en términos matemáticos, el tamaño de la muestra para obtener un nivel estipulado de precisión. Esto se relaciona con la evaluación de un coeficiente de variación, que indica el grado especificado de precisión al cual cada estimado de muestra particular se acepta como un estimado verdadero de los parámetros o valores de población. Así, por ejemplo un nivel de confianza del 95% (que indica una probabilidad de 0.95) dará como resultado un nivel del 5% de significancia. Puesto que los valores de muestra sólo son estimaciones de los poblacionales, el promedio o valores medios obtenidos del muestreo, de manera inevitable implican alguna medida de error de muestreo¹².

Cuando se tienen diferentes estratos en una muestra, se realiza un muestreo estratificado el cual se obtiene mediante la separación de los elementos que conforman la población en subgrupos que presenten las mismas características. Se selecciona una muestra aleatoria simple e independiente, en cada uno de los estratos.

El tamaño de la muestra en el muestreo aleatorio simple esta dado por la siguiente fórmula¹³:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n}{N}} \quad ; \quad n_0 = \frac{Z^2 S^2}{e^2}$$

donde

- Z = Margen de confiabilidad
- S = Desviación estándar
- e = Error de estimación
- N = Población
- n₀ = Primera aproximación (Muestra si N fuera infinito)
- n = Tamaño de la muestra

Fundamentos teóricos

Una vez que se ha calculado el tamaño de la muestra se procede a la recopilación de datos primarios en la cual se utiliza una composición de observación, experimentación y cuestionarios.

Los cuestionarios se utilizan con mayor frecuencia y estos pueden ser estructurados (preguntas cerradas) o no estructurados (preguntas y discusiones abiertas).

Los cuestionarios se aplican por medio de una entrevista personal. Las encuestas personales a menudo incluyen la recopilación de información técnica y científica y es importante asegurar que las preguntas se articulen y administren en forma correcta. De esta forma, los conocimientos del entrevistador profesional son de gran importancia. Entonces, a través de estos cuestionarios se obtienen los datos necesarios para evaluar el mercado investigado.

Una vez recopilada la información se procede a la codificación de los datos con fines analíticos. La codificación se realiza asignando un "número" a la respuesta obtenida en cada pregunta de tal manera que puedan recopilarse en una base de datos y generalmente se realiza de forma manual.

La recolección de datos numéricos se realiza de forma electrónica mediante un software, elaborando una base de datos apropiada, de tal forma que ésta permita su consulta de una manera rápida y a su vez sea posible "cruzar" datos para obtener información específica.

Después de "capturar" la información de los cuestionarios, de consultar los resultados obtenidos y "cruzarlos" si se requiere, se procede al análisis o evaluación. En este punto, además de la experiencia estadística, también se requiere de sentido común.

El análisis y la evaluación de resultados transforman los datos no procesados recopilados durante la encuesta de campo, en información administrativa. Ahora, lo anterior debe darse a conocer de una manera atractiva y efectiva.

Planteamiento del problema

Si bien en México las plantas medicinales cobran un papel preponderante en el ámbito del cuidado de la salud, el campo de los fitofármacos, en un sentido estricto, es relativamente nuevo. Notablemente, la mayoría de los profesionales de la medicina no distinguen entre los conocimientos de la herbolaria tradicional y los que derivan de la creciente cantidad de investigaciones clínicas y experimentales sistemáticas y frecuentemente pueden distinguirse actitudes discriminatorias hacia las plantas medicinales.

Luego entonces, es palpable una falta de información dentro del ámbito científico al respecto de los fitofármacos y fitomedicamentos, puesto que los médicos y los responsables de farmacia dentro del marco de sus estudios reciben una información insuficiente en cuanto a nuevos desarrollos de los fármacos de origen vegetal. En consideración a esto, y para fines del presente trabajo, se designa con nombre de "fitofármaco" a los extractos vegetales como tales, y como "fitomedicamentos" a la forma farmacéutica en que son comercializados.

Considerando esta situación, se observan tres problemas principales que mediante una investigación de mercados es posible solucionar:

- Determinar el grado de conocimiento de los fitofármacos y fitomedicamentos entre los profesionales de la medicina, ya que éste puede afectar el que sean aceptados como terapéutica común así como el que tengan igual credibilidad científica que un medicamento de base sintética en un país como México donde tiene tanta fuerza y vigencia la herbolaria como medicina alternativa.
- Para la empresa que decida comercializar fitomedicamentos, establecer una estrategia mercadológica para que estos sean aceptados por los médicos y que entren en competencia directa con los medicamentos de base química tradicionales.
- Tomando en cuenta que actualmente el Q.F.B. se encuentra relegado de la problemática que significan la investigación mercadológica y la comercialización de medicamentos, es factible que mediante la utilización de la información emanada de la investigación del mercado farmacéutico de los fitomedicamentos, tenga una mayor participación en ésta área de manera efectiva, constituyéndose asimismo, como el medio de enlace entre las expectativas del cuerpo médico sobre este tipo de productos y el flujo de la información para la satisfacción de las mismas. De igual forma, también podría participar activamente en la toma de decisiones en el manejo del negocio farmacéutico.

Objetivos

Objetivo general:

- Determinar la probabilidad de que los fitofármacos, en su forma comercial, sean aceptados como una alternativa terapéutica de prescripción a través de un estudio de mercado de tipo cuantitativo.

Objetivos específicos:

- Investigar con médicos generales y especialistas, el conocimiento que existe sobre el concepto de fitofarmacia mediante una herramienta cuantitativa aplicando encuestas (tipo cuestionario), dirigidas a los médicos.
- Determinar en que áreas de la práctica médica se tiene apertura de mercado para la instalación de una nueva línea de fitomedicamentos y de este modo establecer que tipo de productos tendrían mayor penetración en el mercado farmacéutico.
- Determinar en cual de las tres ciudades más grandes del país y con mayor participación de mercado en México (D.F., Guadalajara y Monterrey) existen mayores probabilidades de éxito de una línea de fitomedicamentos en el mismo.
- Determinar los puntos o herramientas que auxiliarían en una campaña mercadológica para el éxito de la misma.

Hipótesis

Hipótesis

Mediante un estudio de mercado de tipo cuantitativo será factible determinar las posibilidades de apertura del mercado farmacéutico para los fitomedicamentos en México.

Metodología

- Se realizó una evaluación exploratoria del mercado que permitió:
 - Plantear con claridad la naturaleza del mercado de los fitomedicamentos así como los principales factores inherentes que permitieran deslizar a la fitofarmacia de la medicina alternativa.
 - Definir con precisión la población a investigar y las áreas de medición principales.
 - Elegir el método de muestreo, el tipo de datos a manejar, el instrumento de medición y el grado de precisión del estudio, con la finalidad de obtener credibilidad de los productos y de los médicos, que a su vez permita instalar los fitomedicamentos en la aceptación de los galenos.
- Se conformó el universo de este estudio integrado por todos los médicos visitados por un Laboratorio fabricante de fitomedicamentos (Farmasa) en todo el país.
- La muestra fue de 326 médicos, seleccionada de manera aleatoria y representativa con base en el directorio proporcionado por una compañía farmacéutica productora de fitomedicamentos. Esta muestra fue distribuida de la siguiente forma:

Especialidad	D.F.	Guadalajara	Monterrey	Total
General	53	26	25	104
Internista	32	10	16	58
Gastroenterólogo	21	11	10	42
Otorrinolaringólogo	20	10	11	41
Dermatólogo	21	10	11	42
Psiquiatra/Neurólogo	20	9	10	39
Total	167	76	83	326

Las especialidades médicas fueron seleccionadas por Farmasa-Schwabe bajo el criterio de que son las áreas de la medicina en donde se utilizan con mayor frecuencia fitomedicamentos en países como Alemania y Francia, en donde la fitofarmacia goza de un amplio reconocimiento como terapia de primera elección.

Con esta muestra se obtuvo una certidumbre de 50/50, confiabilidad de 95% y un margen de error del 5.0%.

NOTA:

Dado que el muestreo es completamente al azar, la certidumbre que se considera es de 50/50, de este modo se tienen las mismas probabilidades de encontrar médicos que conozcan de fitofarmacia como de los que no la conocen.

Considerando:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n}{N}} \quad ; \quad n_0 = \frac{Z^2 S^2}{e^2}$$

donde:

Z = Margen de confiabilidad = 95% (que corresponde a 1.96 desviaciones estándar)

S = Desviación estándar = 0.5

e = Error de estimación = 5%

N = Población = 2172 médicos

n_0 = Primera aproximación (Muestra si N fuera infinito)

n = Tamaño de la muestra

entonces:

$$n_0 = \frac{(1.96)^2 (0.5)^2}{(0.05)^2} = 384.16$$

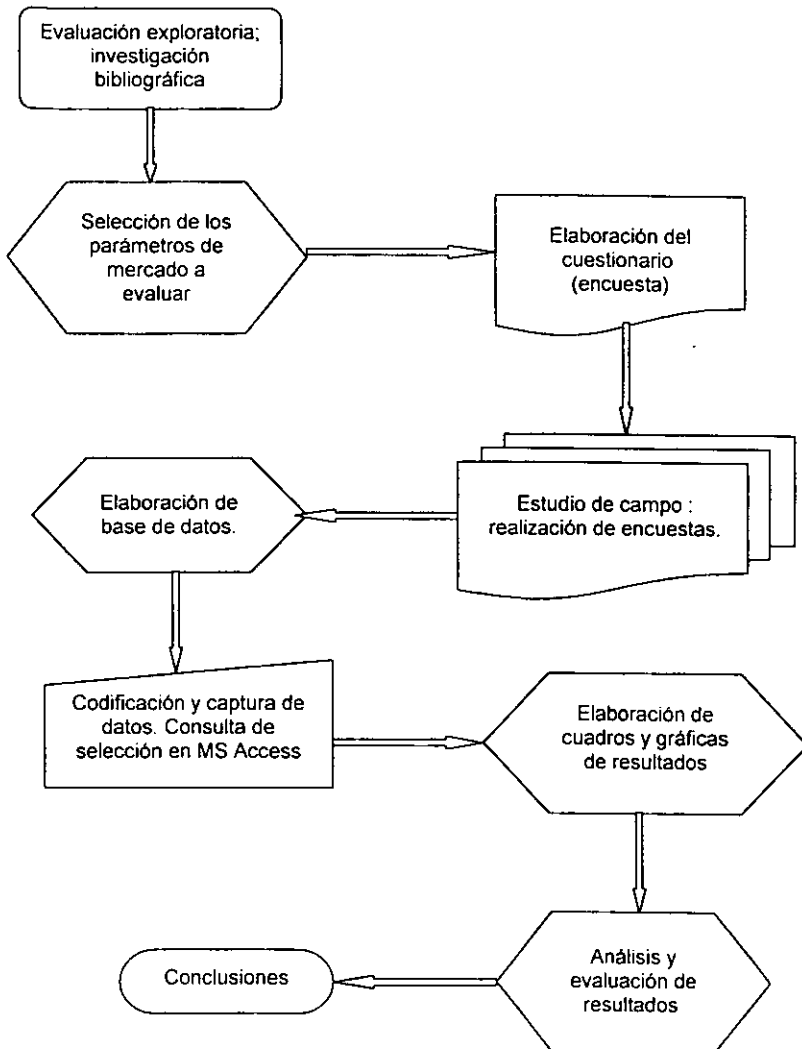
$$n = \frac{384.16}{1 + \frac{384.16}{2172}} = 326.4254$$

4. Se llevó a cabo un contacto directo mediante el campo sobre esta audiencia de médicos "objetivo" que permitió obtener información acerca de:

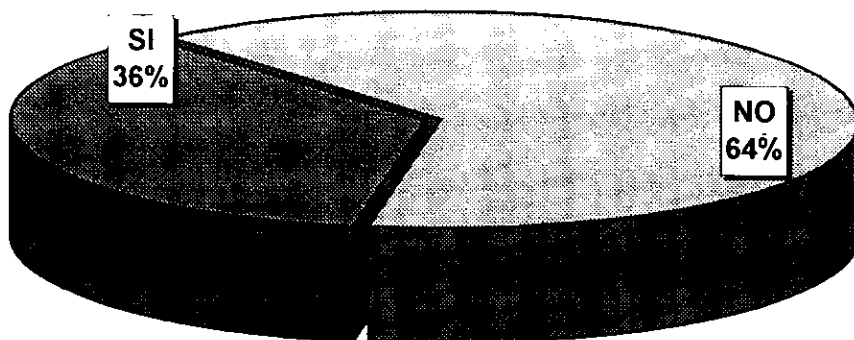
- El grado de conocimiento/desconocimiento y de aceptación/no aceptación con los médicos de la fitofarmacia.
 - Las expectativas de los médicos en la relación con los fitofármacos para que sean aceptados en competencia directa con los farmoquímicos, así como el valor comparativo que le otorgan a estos dos tipos de fármacos para la generación de prescripciones.
5. Para el trabajo de campo se utilizó un cuestionario de 12 preguntas y 12 incisos (Anexo 1: Cuestionario para la evaluación del mercado de los fitofármacos como una nueva alternativa farmacológica de prescripción) y se usaron 2 tarjetas (Anexos 2 y 3) para apoyar el desarrollo de la entrevista. El cuestionario fue de uso exclusivo del encuestador, mientras que las tarjetas fueron entregadas a los médicos para su observación.

6. Se realizó una prueba piloto del cuestionario antes de iniciar el trabajo de campo, a manera de verificar que las preguntas se encontraban estructuradas de forma comprensible por el médico y así comprobar que la entrevista se desarrollara con fluidez. La prueba piloto se efectuó aplicando el cuestionario en 3 médicos al azar y las respuestas proporcionadas por estos no fueron incluidas en la contabilidad final del proyecto.
7. Se recopilaron los resultados en una base de datos elaborada en Microsoft Access, y a través de ésta se realizaron consultas de selección (tipo de consulta que ofrece este programa) con el fin de determinar tipos de respuestas y frecuencias estadísticas de las mismas.
8. Se elaboraron tablas de los resultados obtenidos en Microsoft Excel. Las tablas contienen el número de menciones o frecuencia obtenidas para una respuesta dada en cada una de las preguntas realizadas.
9. Se analizaron y evaluaron los resultados desde el punto de vista mercadológico para la obtención de las conclusiones que proporcionaron la base para la integración de una estrategia de mercado para alguna compañía que deseara la introducción de fitomedicamentos en México.

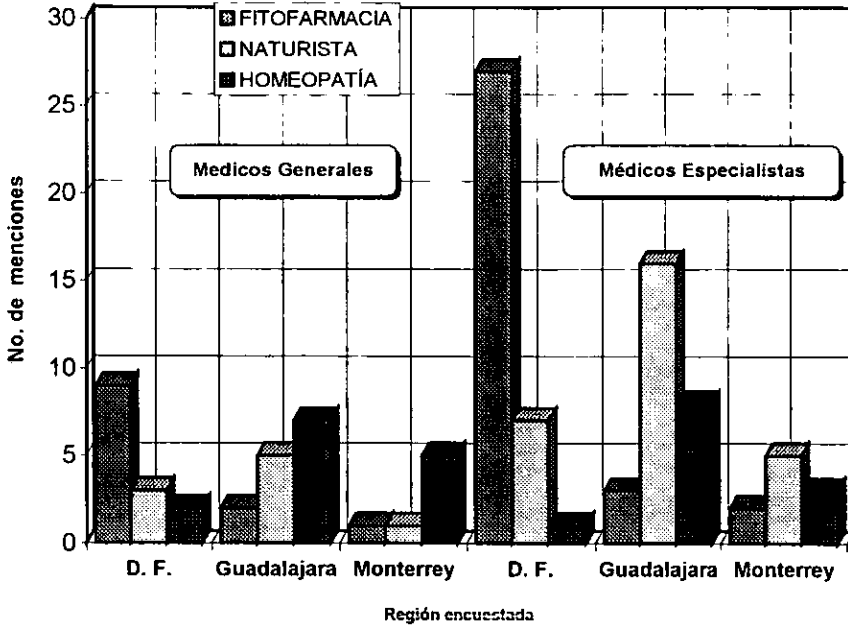
Diagrama de flujo



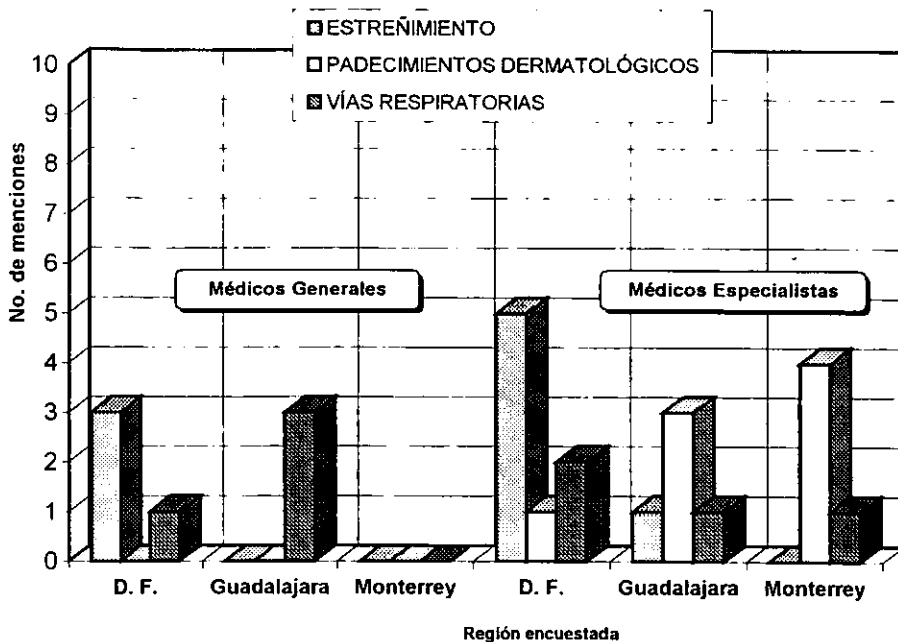
Resultados



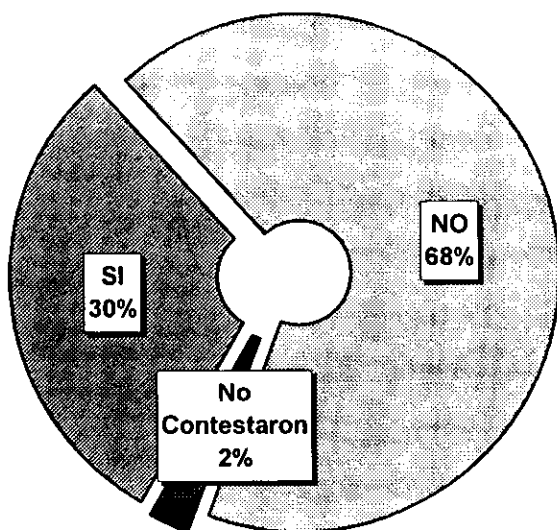
Gráfica No.1. ¿Maneja usted alguna otra terapia diferente a la alopátia?.- % del número de menciones para el uso de terapias alternativas o diferentes a la alopátia, a nivel general.



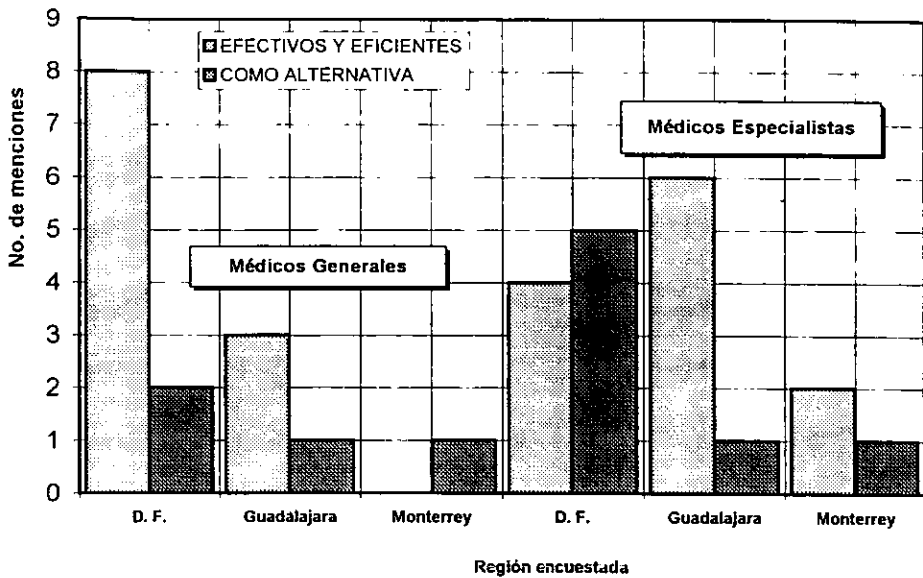
Gráfica No.1.1.- ¿Además de la alopátia, cuál es la terapia que maneja?.- Número de menciones obtenidas para cada tipo de terapia mencionada como complementaria a la alopátia, por región y tipos de médicos encuestados.



Gráfica No. 2. ¿En qué casos recurre o ha recurrido a la fitofarmacia?.- Número de menciones obtenidas para los principales casos o padecimientos en los que es usada la fitofarmacia, por región y tipos de médicos encuestados.

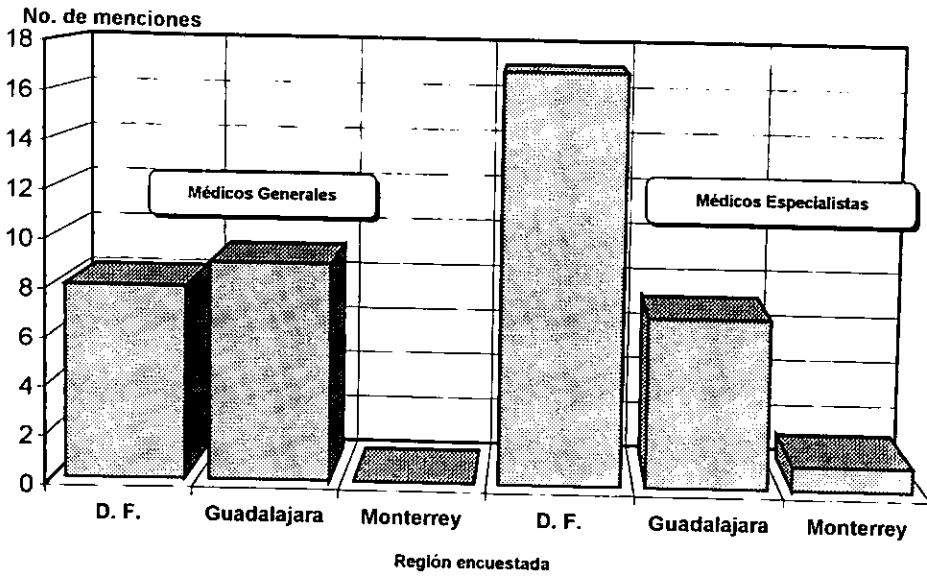


Gráfica No. 3. ¿Alguna vez ha intentado usar fitomedicamentos?.- % de menciones obtenidas para la aceptación del uso de fitomedicamentos, a nivel general.

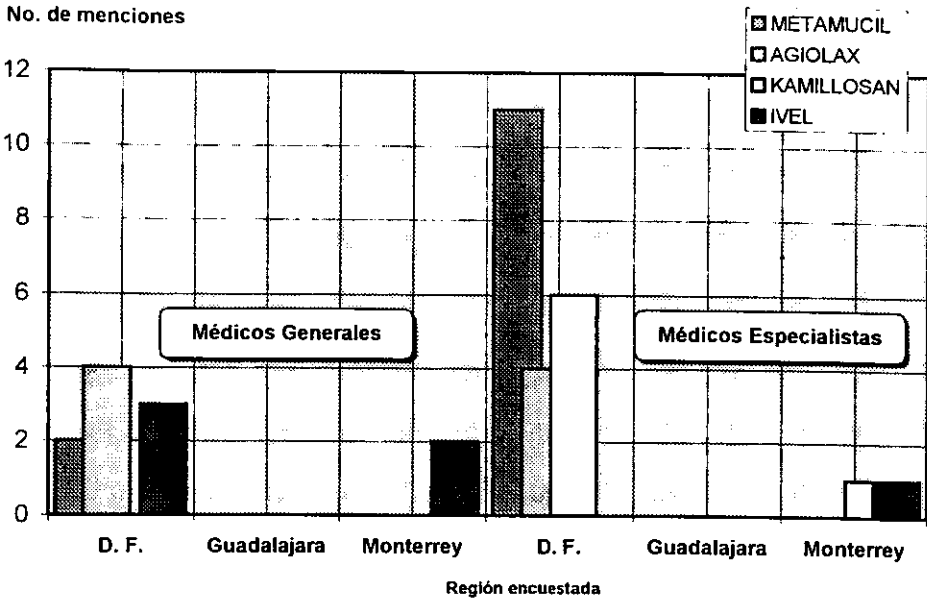


Gráfica No.3.1. ¿Por qué utiliza fitomedicamentos?.- Número de menciones para las principales razones de uso de fitomedicamentos por región y tipos de médicos encuestados.

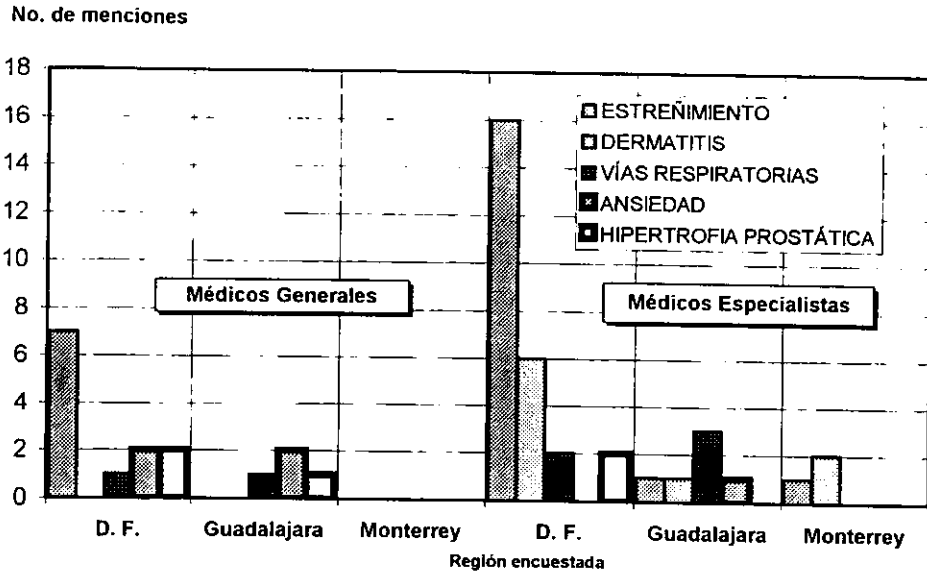
Resultados



Gráfica No.3.2. ¿Por qué no utiliza fitomedicamentos?.- Número de menciones para la principal razón para el NO uso de los fitomedicamentos por región y tipos de médicos encuestados.

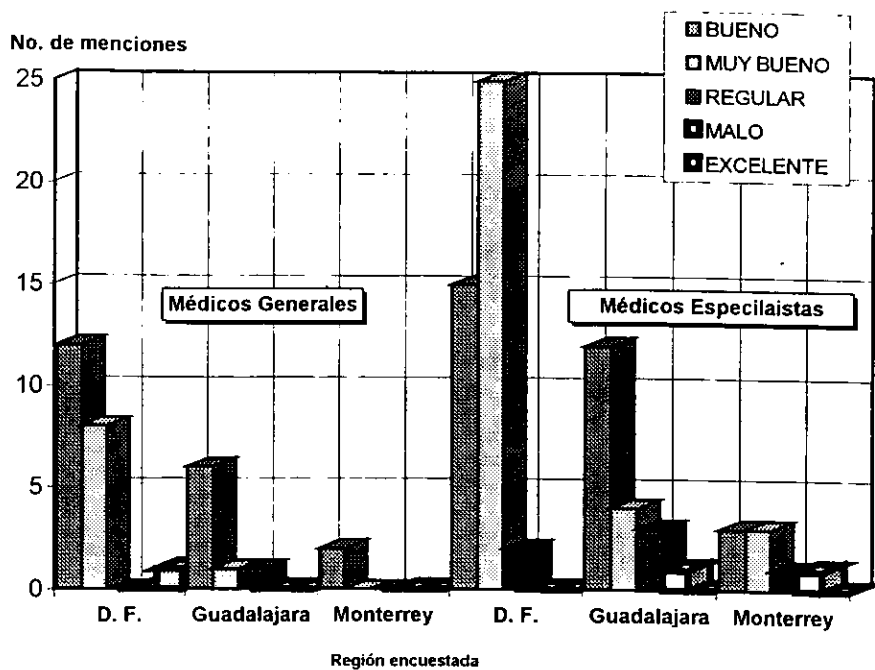


Gráfica No.4. ¿Cuáles son los fitomedicamentos que utiliza?.- Número de menciones para los principales fitomedicamentos de elección en un tratamiento, por región y tipos de médicos encuestados.



Gráfica No.5. ¿Para qué tipo de afecciones prescribe fitomedicamentos?.- Número de menciones para los principales tipos de afecciones tratadas con el fitomedicamento de elección, por región y tipos de médicos encuestados.

Resultados



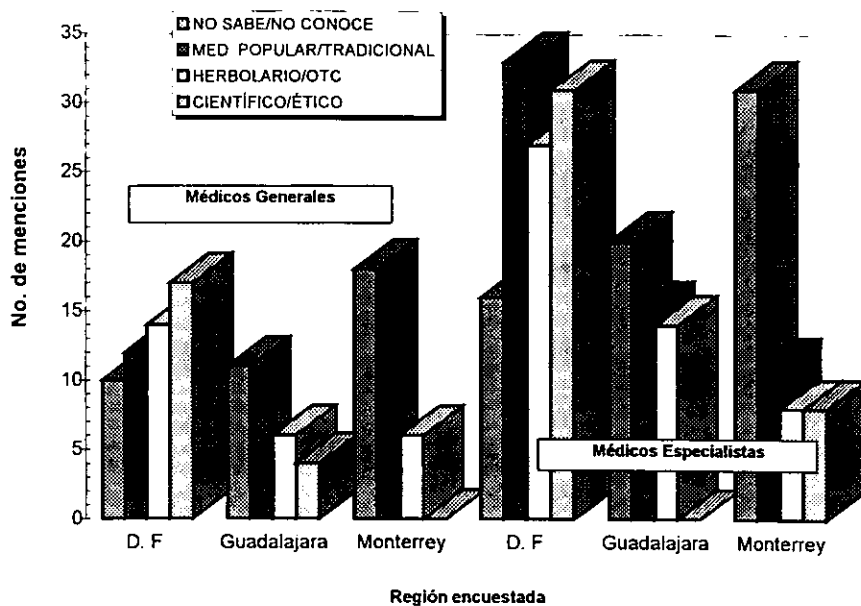
Gráfica No.6. ¿Qué resultados ha obtenido con el uso de los fitomedicamentos prescritos?.-
Número de menciones para la evaluación del fitomedicamento de elección,
por región y tipos de médicos encuestados.

CONCEPTO	ORDEN DE MENCION										N/C	TOTAL
	1° M'S	2° M'S	3° M'S	4° M'S	5° M'S	6° M'S	7° M'S	8° M'S	9° M'S	10° M'S		
PARA AFECIONES LEVES	7	6	5	1	2	2	1	1	1	1	300	326
PARA PROBLEMAS CRÓNICOS	4	3	5	5	1	4	3	0	2	2	299	326
FORMAS FARMACÉUTICAS NORMALES	2	3	2	5	6	2	6	3	3	3	294	326
PRECIO BAJO	4	12	17	10	3	4	0	1	1	1	274	326
ALTA CALIDAD	11	5	16	7	9	4	2	2	2	2	268	326
FAC L DOSIFICACIÓN	19	15	12	12	7	2	1	0	0	0	258	326
CONTIENEN EXTRACTOS VEGETALES	20	18	12	5	3	2	1	1	1	1	263	326
SIN EFECTOS SECUNDARIOS	21	21	15	11	11	2	1	0	0	0	244	326
EFICACIA TERAPÉUTICA	21	21	10	8	2	3	0	2	2	0	259	326
TOTALES	109	104	94	64	44	25	15	10	10	10		

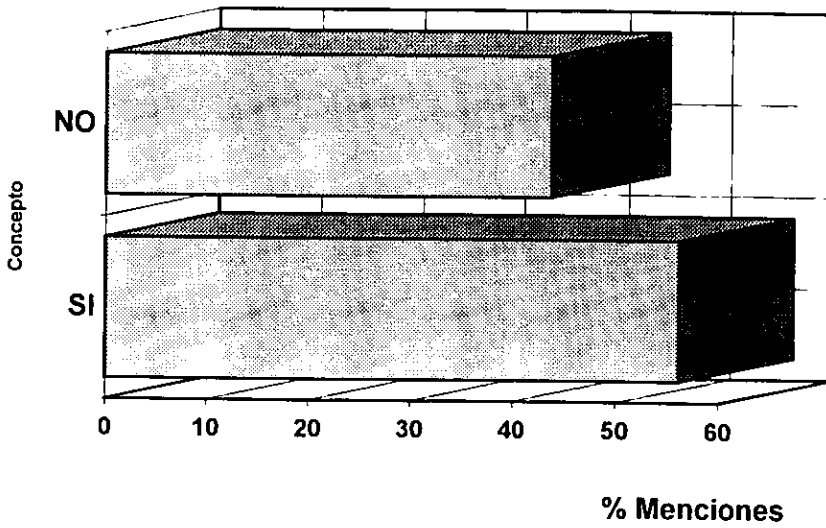
ABREVIATURAS

- M'S = Número de menciones o respuestas
- MG'S = Médicos Generales
- ESP = Especialistas
- N/C = No contestaron
- DF = Distrito Federal
- GDL = Guadaluajara
- MTY = Monterrey

Tabla No. 1.- ¿Cuáles son las características que usted considera que definen mejor a los fitomedicamentos?.-
 Número de menciones para las principales características otorgadas para los fitomedicamentos por orden de mención.

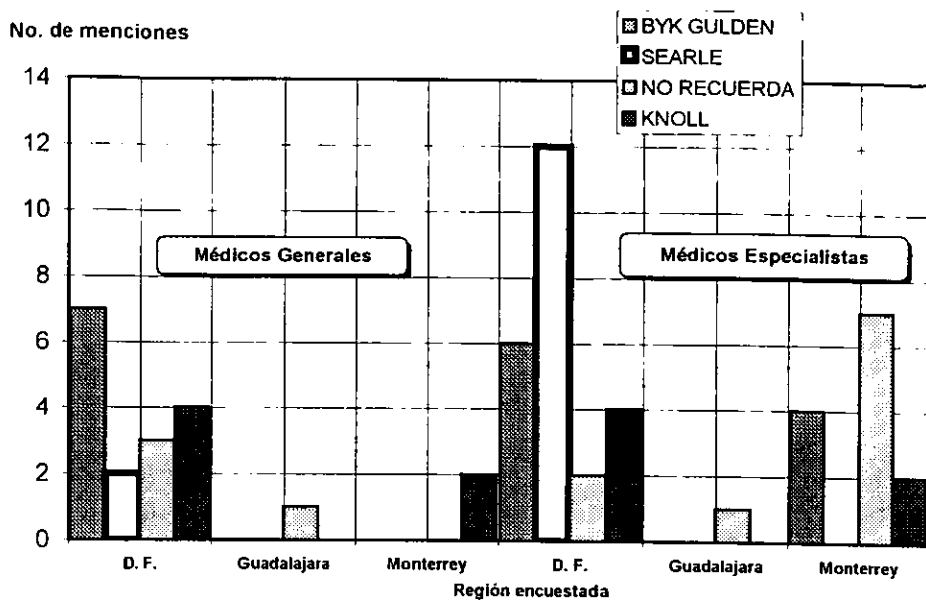


Gráfica No.7. ¿Cómo percibe usted a los fitomedicamentos?.- Número de menciones para los principales conceptos de percepción para los fitomedicamentos, por región y tipos de médicos encuestados.



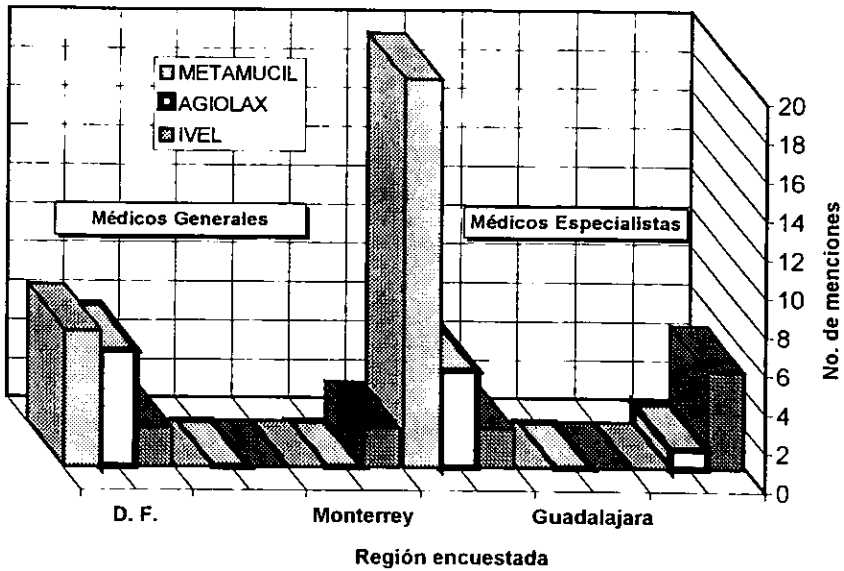
Gráfica No.8. ¿Conoce usted alguna compañía que comercialice fitomedicamentos?.-
% del número de menciones para la recordación de compañías comercializadoras de fitomedicamentos,
a nivel general.

Resultados

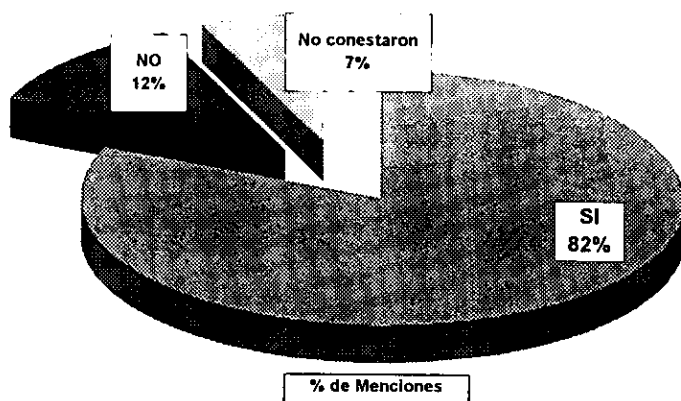


Gráfica No.8.1. ¿Podría nombrar cuál conoce?.- Número de menciones para los principales nombres de laboratorios comercializadores de fitomedicamentos recordados, por región y tipos de médicos encuestados.

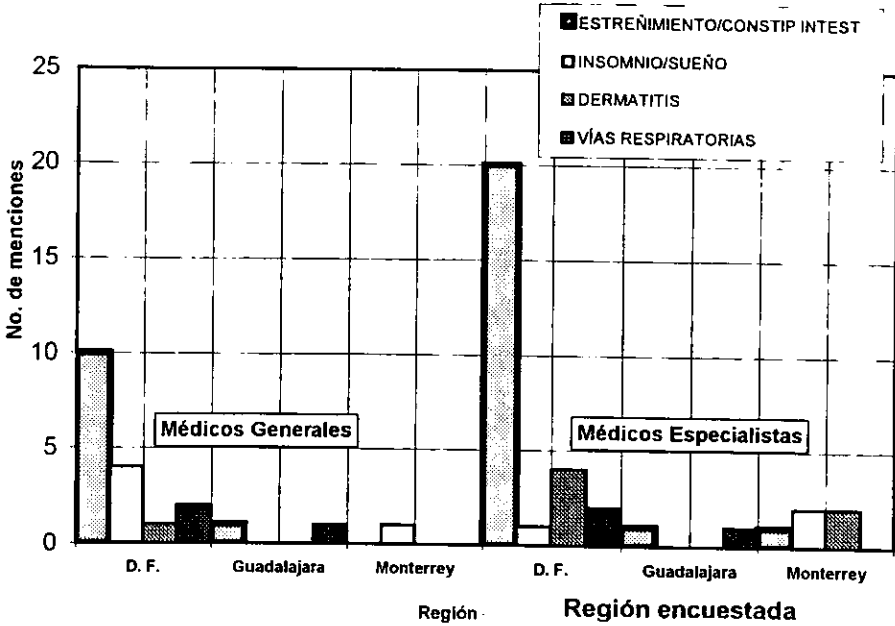
Resultados



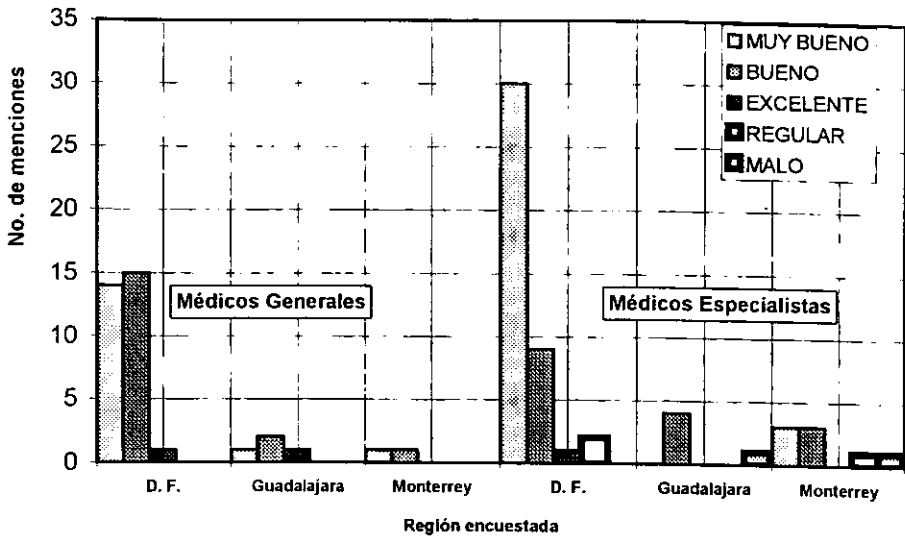
Gráfica No.8.2. ¿Qué productos conoce de la compañía que mencionó?.- Número de menciones para los principales fitomedicamentos recordados, por región y tipos de médicos encuestados.



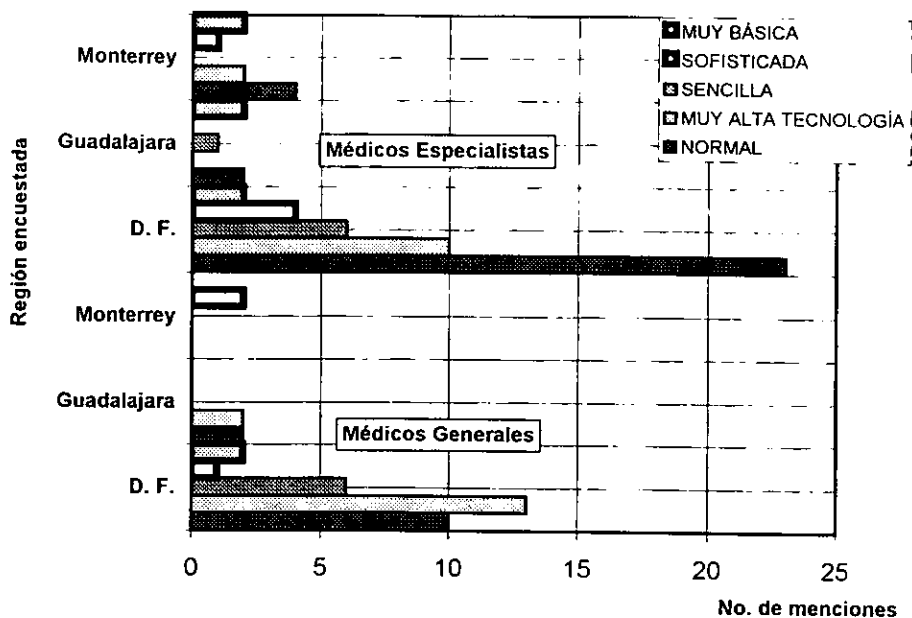
Gráfica No.8.3. ¿Ha prescrito el producto que mencionó?.- % de menciones para la declaración de la prescripción de fitomedicamentos, a nivel general.



Gráfica No. 8.4. ¿Para qué afección ha prescrito el producto que mencionó?.- Número de menciones para las principales afecciones en las que se prescriben fitomedicamentos, por región y tipos de médicos encuestados.

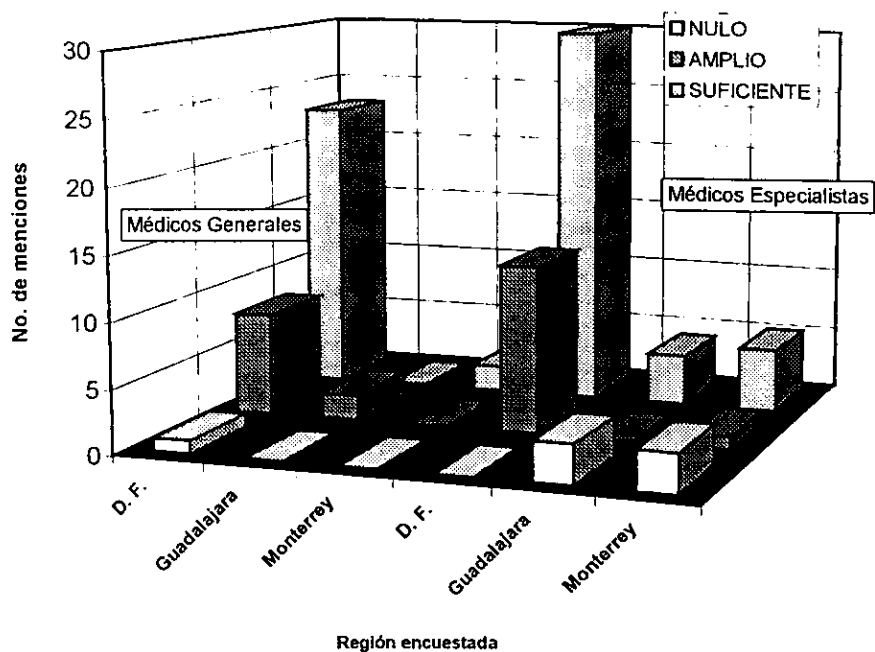


Gráfica No.8.5. ¿Qué resultados ha obtenido con el producto que mencionó?.- Número de menciones para la evaluación de los resultados obtenidos con el fitomedicamento de elección, por región y tipos de médicos encuestados.

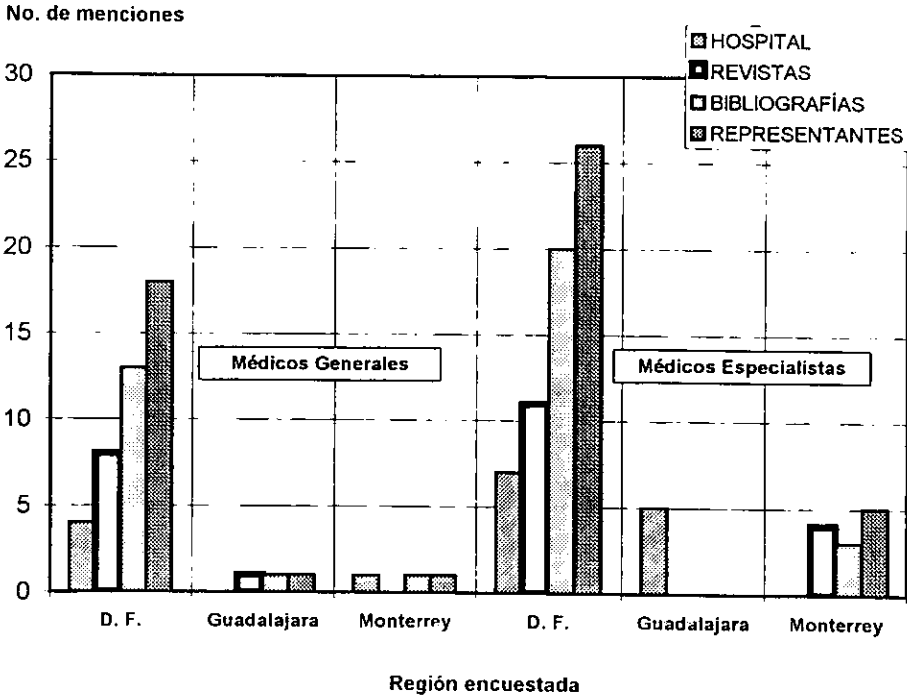


Gráfica No. 9. ¿Qué imagen tiene usted de las compañías comercializadoras de fitomedicamentos en comparación con las compañías químico farmacéuticas tradicionales en cuanto a investigación y desarrollo?.- Número de menciones para los conceptos de imagen percibida de los de los laboratorios fabricantes de fitomedicamentos en relación a investigación y desarrollo por región y tipo de médicos encuestados.

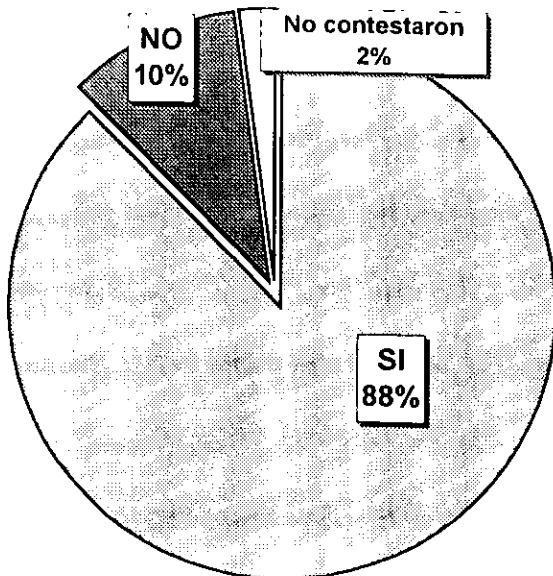
Resultados



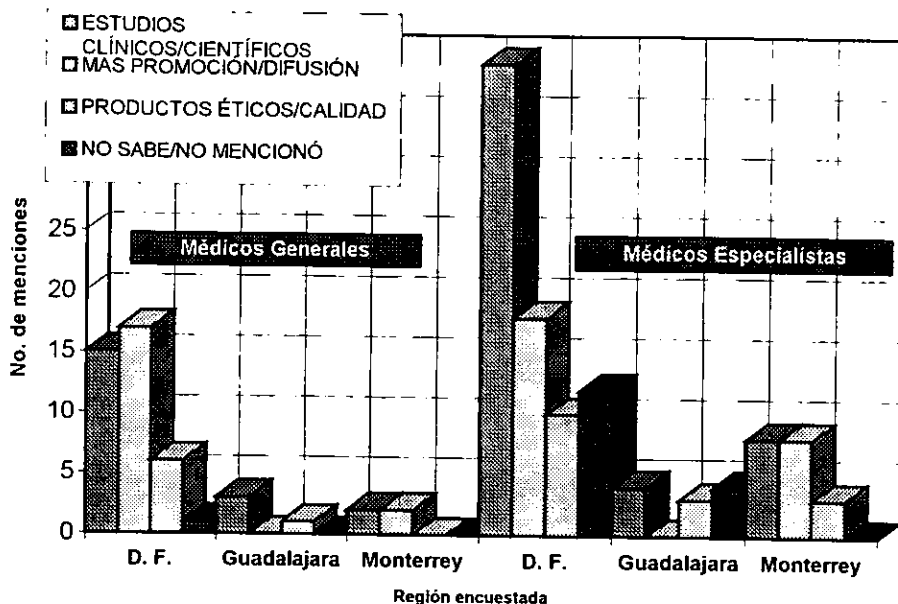
Gráfica No. 9.1. ¿Qué imagen tiene usted de las compañías comercializadoras de fitomedicamentos en comparación con las compañías químico farmacéuticas tradicionales en cuanto a soporte científico?.- Número de menciones para los conceptos de imagen percibida de los laboratorios fabricantes de fitomedicamentos en relación a soporte científico, por región y tipo de médicos encuestados.



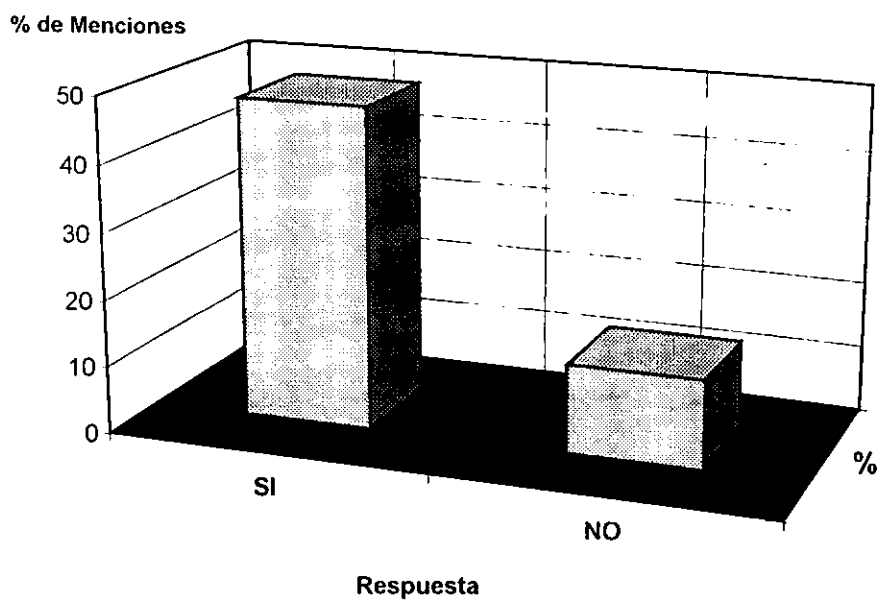
Gráfica No. 10. ¿De dónde obtuvo la información con la que usted creó la imagen de una compañía comercializadora de fitomedicamentos?.- Número de menciones para las fuentes principales para la obtención de la imagen percibida de los laboratorios fabricantes de fitomedicamentos, por región y tipos de médicos encuestados.



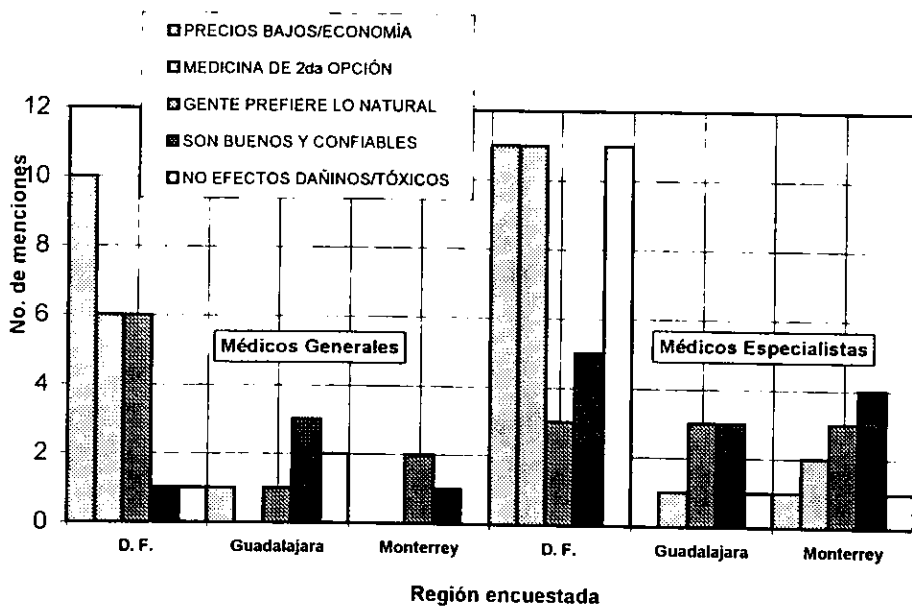
Gráfica No.10.1. ¿Considera usted que la información recibida es apropiada para cubrir sus necesidades en la consulta?.- % del número de menciones de los médicos que califican como apropiada o inapropiada la información que reciben de las compañías comercializadoras de fitomedicamentos para que sus productos sean prescritos en su consulta, a nivel general.



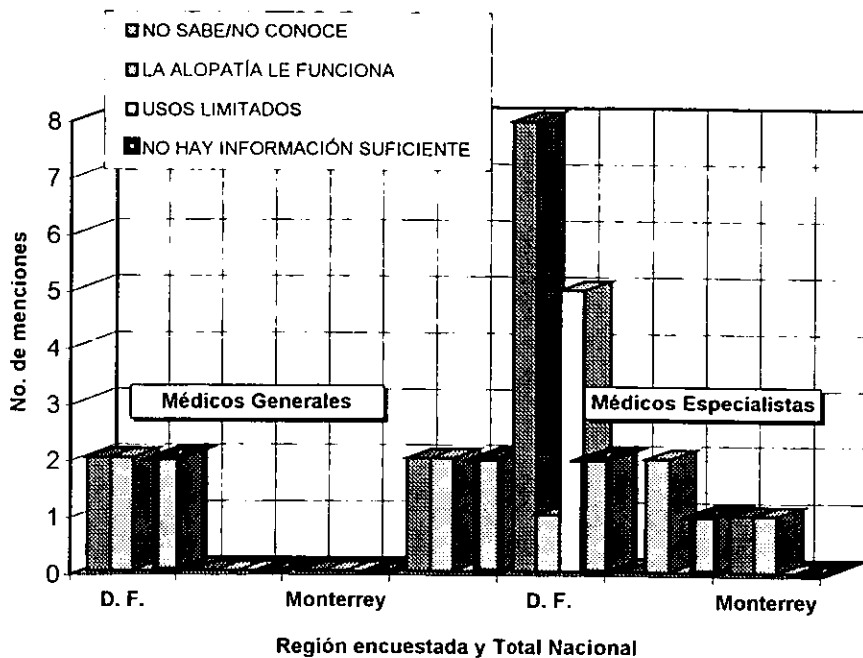
Gráfica No.11. ¿Qué recomendaciones daría usted para que una compañía transnacional comercializara fitomedicamentos en México?.- Número de menciones para las principales recomendaciones obtenidas para una nueva firma comercializadora de fitomedicamentos, por región y tipos de médicos encuestados.



Gráfica No. 12. ¿Cree usted en un futuro de alta prescripción para los fitomedicamentos?.-
% de menciones para la creencia o no de un futuro de alta prescripción para los fitomedicamentos,
a nivel general.



Gráfica No.12.1. ¿Por qué cree en un futuro de alta prescripción para los fitomedicamentos?.-
Número de menciones para las principales razones emitidas para un futuro alentador o de alta prescripción de fitomedicamentos, por región y tipos de médicos encuestados.



gráfica No. 12.2. ¿Por qué no cree en un futuro de alta prescripción para los fitomedicamentos?
 Número de menciones para las principales razones emitidas para la no creencia de un futuro de alta prescripción de fitomedicamentos, por región, tipos de médicos encuestados y el total nacional.

Análisis de Resultados

Análisis de Resultados

1. ¿Maneja usted alguna otra terapia diferente a la alopátia?, ¿Cuál?

Se tiene que casi el 36% de los médicos entrevistados recurre en estos días, a otro tipo de terapéutica, además o en lugar de los medicamentos alópatas, lo que indica que más de la tercera parte de los médicos tiene una cierta insatisfacción por depender de este tipo de medicamentos que les hace buscar alternativas y que puede significar una oportunidad para la fitofarmacia.

En la Gráfica No. 1 puede verse que de las diferentes terapias mencionadas, además de las descritas en el cuestionario, se presentaron 7 tipos de terapias adicionales, que van desde la tradicional herbolaria hasta la novedosa terapia floral. Sin embargo, de las 3 impresas en la tarjeta se encuentra que la fitofarmacia es la disciplina que más votos obtuvo (38%), seguida muy de cerca por la naturista con 6 puntos porcentuales menos y más retirada, con 15% por debajo de la fitofarmacia, aparece la homeopatía.

De esta manera, se observa que en el caso de los fitomedicamentos, estos se concentran principalmente con los médicos especialistas más que con los generales (40/31%) y puede deducirse que estos médicos consideran que, por ser especialistas deben conocer de los medicamentos en general.

De los médicos del D.F. el 31% recurre a otras terapias diferentes a la alopátia, de los cuales los especialistas mostraron mayor interés hasta este momento (70%) y de ellos los internistas. Es de notar también que el enunciado fitofarmacia obtiene casi la cuarta parte de menciones (22%), al nivel de todos los médicos entrevistados en el D.F. y la terapia alternativa más cercana (naturista) está a una distancia de 16 puntos porcentuales menos, lo que indica una excelente oportunidad para los fitomedicamentos en esta ciudad.

En la Ciudad de México la búsqueda de alternativas es más marcada, ya que el 58% de los médicos declara utilizar terapias diferentes a la alopátia y el mayor número de menciones recae en la terapia naturista (48%), seguida por la homeopatía (34%). La fitoterapia obtiene el 11% de menciones. En cuanto a la naturista se refiere, se observa que los especialistas se abocan más a este tipo de terapia, donde la mitad de los dermatólogos declara usarla en sus pacientes. En relación con los fitomedicamentos las menciones están dispersas, lo que denota que hay mucho trabajo de mercadotecnia por hacer en esta ciudad para que el término de fitofarmacia quede arraigado en la mente de los médicos.

En Monterrey sólo el 25% de los médicos busca otro tipo de terapias diferentes a la alopátia y es ahí en donde los médicos generales tienen a la homeopatía como segunda opción y son los dermatólogos los que apoyan a la terapia naturista y a la

fitofarmacia. Aunque los otorrinolaringólogos eligen otras terapias (además o en lugar de la alopátia) no mencionaron la fitofarmacia. Es interesante notar que esta ciudad es la que menos posibilidades ofrece al cambio de la alopátia por otro tipo de terapéutica.

2. ¿En qué casos recurre o ha recurrido a la fitofarmacia?

En esta pregunta se encontraron 32 padecimientos mencionados por parte de los médicos que son muy representativos de cada ciudad encuestada.

En lo que sí se puede generalizar, es que el uso de terapias alternativas se da principalmente con los dermatólogos, ya que los padecimientos dermatológicos captaron el 11% de las menciones totales. Se sabe de antemano que dentro de la dermatología existen varias escuelas y entre ellas, una de las más importantes es la de Latapí y sus fórmulas magistrales, aún así, el uso de terapias diferentes a la alopátia por estos especialistas, se deja sentir en este estudio a escala nacional.

Otra afección mencionada por los médicos para el uso de otra terapia alternativa, fue la de vías respiratorias altas y bajas con el 10% de las menciones totales debidas principalmente a 2 otorrinolaringólogos del D.F. y a los médicos generales del país.

En el D.F. las causas más frecuentes para las que se utilizan otro tipo de terapéutica es principalmente el estreñimiento (19%), y éste está concentrado en la capital del país, así como en el tratamiento de afecciones gastrointestinales. Posiblemente sea debido a los malos hábitos alimenticios de los habitantes de esta ciudad y el estrés típico de las grandes urbes. Por esta razón el D.F. muestra un potencial de gran interés para un laxante.

Por otro lado, en Guadalajara existen respuestas que denotan un cambio de actitud en los médicos especialistas de esta ciudad. Estas referencias permiten inferir que de acuerdo al diagnóstico que elaboren de un cuadro patológico determinado ("Según prescripción"), ellos decidirán o descartarán el uso concomitante de una alternativa medicamentosa dentro de una terapia predominantemente alópata ("Auxiliar a la terapia"). Otro concepto mencionado es el de "afecciones leves", que define perfectamente la razón de la búsqueda de terapias alternativas en esta ciudad (el uso de terapias alternativas solamente en el caso de afecciones menores), quizá debido a que consideren que los medicamentos alopáticos "no son efectivos" o "no son necesarios".

En el caso de Monterrey, de los médicos que dicen usar terapias complementarias a sus tratamientos habituales (14 de 83), es notable como las respuestas se inclinan hacia los tratamientos dermatológicos y como mera suposición, tal vez sea por los cambios drásticos de temperatura, el polvo y el medio ambiente hostil de esta ciudad, en donde los dermatólogos buscan diferentes terapias para aliviar a sus pacientes

3. ¿Alguna vez ha intentado usar fitomedicamentos?

En esta parte de la entrevista ya se descubre ante los médicos que la encuesta está dirigida hacia los fitomedicamentos y se les pregunta directamente sobre ello.

Los resultados muestran (Gráfica No. 1) que casi la tercera parte de ellos dice usarlos (30%) y esto representa una muy buena participación. Sobre la base de los médicos entrevistados por ciudad se observa que es el D.F. el que obtiene mayor penetración (38%) seguido muy de cerca por Guadalajara con 1 punto porcentual menos; Monterrey obtiene un escaso 10%. Esto demuestra que las ciudades más sensibles para la captación de mercado son la capital del país y Guadalajara.

3.1. ¿Por qué utiliza fitomedicamentos?

Los médicos exponen 18 argumentos diferentes para usar los fitomedicamentos y de ellos (Gráfica No.1), el que sean efectivos es la cualidad que más resalta (23%) a nivel nacional, siendo los médicos generales (36%) los que más se inclinan hacia la efectividad de los mismos. A su vez, los votos se dividen casi proporcionalmente entre especialistas y médicos generales para utilizar a los fitomedicamentos como productos alternativos (10% y 13% respectivamente).

Por ello, puede deducirse que, aunque la fitofarmacia sea considerada en un momento dado como terapia de alternativa, para los médicos especialistas siempre será efectiva.

Es interesante notar la contribución del psiquiatra / neurólogo en esta pregunta que va dirigida ya al uso específico de los fitomedicamentos. En particular porque no se había notado su participación en las preguntas anteriores.

En la capital del país, los médicos especialistas muestran una tendencia mayor a utilizar a los fitomedicamentos como alternativos y el que posean un carácter "poco agresivo" (dígitos bajos), representa un elemento de agrado (esto aplica, de igual manera a especialistas y generales). Cabe resaltar que 4 psiquiatras/neurólogos participan en esta respuesta.

En Guadalajara, la principal cualidad que observan los médicos de esta ciudad es la efectividad (32%) con muy poca diferencia (8 puntos porcentuales) entre médicos generales y especialistas. En esta urbe se ve más marcado el argumento de usar a los fitomedicamentos por necesidad y como auxiliares (29%) y estas respuestas se concentran en los médicos especialistas de esta ciudad. Esto pareciera muy típico de los que están inconformes por los efectos secundarios de la alopatía (11%).

En el caso de Monterrey, las respuestas fueron pocas hacia el uso de los fitomedicamentos, las razones argumentadas son: de efectividad por los médicos

especialistas y como productos de alternativa por los médicos generales. En general, se puede deducir que los especialistas, incluyendo al psiquiatra / neurólogo, son susceptibles a adoptar dentro de su repertorio a los fitomedicamentos igual que en Guadalajara.

3.2. ¿Por qué no utiliza fitomedicamentos?

En términos generales y en el ámbito nacional (Gráfica No.3.2) se encuentra que la principal causa para la no-prescripción de los fitomedicamentos es el desconocimiento de los mismos (19%) y esto se presenta con mayor frecuencia en los médicos generales en relación con los especialistas y como se menciona anteriormente, los primeros "deben" conocer todos los tipos de medicamentos.

Cuando se hace el análisis por ciudad se encuentra que son los médicos generales de Guadalajara los que mencionan el mayor desconocimiento (50%) hacia los fitomedicamentos, argumentando además por parte de los médicos especialistas, que no tienen eficacia comprobada (5 menciones).

En cuanto a médicos especialistas se refiere, el desconocimiento de los fitomedicamentos tiene el mismo valor porcentual en el D.F. como en Guadalajara (24% cada una). En cambio entre los médicos generales no recurrir a la fitofarmacia por desconocer de ella es casi doblemente más pronunciado con los médicos de Guadalajara respecto a los del D.F. Por otro lado, la única mención obtenida en Monterrey se suma al "desconocimiento".

4. ¿Cuáles son los fitomedicamentos que utiliza?

En cuanto a menciones del total del país se refiere, se tiene que aparecen los nombres de 55 medicamentos y de más de 25 hierbas o remedios naturales, tan conocidos como el apio o sofisticados como la *Lagrimonia del monte*, de los cuales se desconoce si tienen algún nombre comercial o pertenecen a alguna firma reconocida.

De las menciones totales de la Gráfica No. 4 se observan, como medicamentos de patente y con nombre comercial, el Metamucil (polvo oral que contiene *Psillium plantago*) como el producto de elección (17%) para ocupar el primer lugar mencionado principalmente por los médicos especialistas; el Agiolax (otro polvo oral que contiene *Plantago ovata* y *Senna angustifolia*) que ocupa el segundo lugar (8%) y que es medicamento de primera elección entre médicos generales; el Kamillosan, que es un producto que contiene extractos de manzanilla (*Chamomilla* crema, ungüento y solución), el cual fue referido también por los médicos especialistas (otorrinolaringólogo y dermatólogo) ocupa el tercer lugar y en cuarto sitio está el Ivel (grageas con *Lúpulo* y *Valeriana*) con apoyo de los médicos generales.

Otro medicamento basado en enzimas (*Serratiopeptidasa*), es el Danzen que es mencionado principalmente por los médicos generales y ocupa el quinto lugar. El Urogutt (cápsulas de *Serenoa repens*, extracto lipofílico de *Sabal*), apoyado también por los médicos generales y especialistas ocupa la sexta posición.

Los otros productos de Farmasa (laboratorio fabricante tomado como base para el estudio) nombrados por los médicos tienen una sola mención, de esta forma se tiene que la *Ginkgo biloba* es mencionada por un internista de Monterrey y el Tebonin (nombre comercial de la *Ginkgo biloba*, de este laboratorio), dicho como tal, captura la atención de un otorrinolaringólogo en esta ciudad.

En el análisis regional, se tiene que en el D.F. el Metamucil es el líder con 8 puntos porcentuales (pts.%) arriba del Agiolax (Gráfica No. 4) y es prescrito principalmente por los especialistas, entre los que destacan el psiquiatra/neurólogo y el gastroenterólogo. Esta situación sugiere, como se comentó anteriormente, que los habitantes de esta gran urbe tienen problemas de estreñimiento por malos hábitos alimenticios y por tensión nerviosa. El Agiolax parece haber "capturado" a los médicos generales que posiblemente estén manejando los problemas de estreñimiento debido a la promoción activa del laboratorio fabricante (Byk Gulden) dentro del marco de los médicos generales.

También en el D.F. Sanfer, comercializador del producto Kamillosan, ha capturado con su producto a los otorrinolaringólogos y dermatólogos. No parece tener recordación con los médicos generales, por lo que cabe pensar que este laboratorio no lo ha llevado en promoción a este grupo de médicos. También otra división de Sanfer (Hormona) ha promovido su Danzen (*Serratiopeptidasa*) con los médicos generales y

Análisis de Resultados

gastroenterólogos y es considerado por estos médicos como fitomedicamento, cuando no lo es.

En esta ciudad aparece el Urogutt en quinto lugar, captando la atención de los generales e internistas, a los que seguramente esté promoviendo Farmasa.

En Guadalajara, los resultados obtenidos no se inclinan hacia algún producto en particular, pues se observa una dispersión de respuestas entre un número de 46 productos que obtuvieron una sola mención (el 85% de los médicos de esta entidad), quizá debido a que hay una tendencia general hacia la confusión entre medicamentos naturistas y fitomedicamentos tanto de médicos generales como de especialistas, en los que cada uno de ellos maneja la herbolaria (o quizá genérico) de acuerdo al padecimiento a tratar.

Por otro lado, en Monterrey se observa que el fitomedicamento que más menciones obtuvo de médicos generales y un psiquiatra / neurólogo es el Ivel y si se suman las menciones de la *Ginkgo biloba* con las del Tebonin (mencionados por un internista y un otorrinolaringólogo) se puede considerar el segundo lugar para este producto.

5. ¿Para qué tipo de afecciones prescribe fitomedicamentos?

Se nota cómo el estreñimiento es la primera afección para prescribir un fitomedicamento (Gráfica No.5) y esta es la razón por la que el Metamucil y el Agiolax sean los principales medicamentos prescritos, siendo los médicos especialistas los que mencionaron en mayor proporción este tipo de afección.

También puede observarse la dermatitis, manejada por los dermatólogos lo que concuerda justamente con el hecho de que el Kamillosan es el producto elegido por este grupo de médicos. Las menciones para el tratamiento de vías respiratorias están divididas entre médicos generales y especialistas, siendo más marcado en Guadalajara, en donde posiblemente se estén usando productos naturistas pensado que son fitomedicamentos.

Como quinta afección, está la hipertrofia prostática íntimamente ligada con el Urogutt, mencionada tanto por médicos generales como por los especialistas en el D.F. Con la misma cantidad de menciones está la ansiedad, que es manejada por los médicos en medicina general.

En el D.F., nuevamente el estreñimiento resultó ser el principal padecimiento (36%), manejada por los especialistas con prescripción de fitomedicamentos. Con 27 puntos porcentuales menos, se encuentra la dermatitis, tratada por los dermatólogos con el Kamillosan.

Paradójicamente, en Guadalajara que es una ciudad con mejor temperatura y menos contaminación, los problemas respiratorios representan la principal afección mencionada, como para recurrir a los fitomedicamentos o tal vez sea la terapia naturista, mencionada por los otorrinolaringólogos de esta ciudad. El segundo padecimiento mencionado es la ansiedad manejada por los médicos generales.

En la ciudad de Monterrey los dermatólogos eligen a los fitomedicamentos para la dermatitis, haciendo nuevamente su aparición este padecimiento, el cual es también tratado con el Kamillosan. El uso tanto del Tebonin como del genérico *Ginkgo biloba*, está perfectamente ligado al vértigo en esta ciudad y éste es uno de los principales padecimientos para los que se utilizan estos fitomedicamentos.

6. ¿Qué resultados ha obtenido con el uso de los fitomedicamentos prescritos?

El resultado obtenido con la utilización del fitomedicamento prescrito, Gráfica No. 6, van desde "bueno" (50%) a "muy bueno" (40%) y puede decirse que los resultados "malos" (2) y "regulares" (6) no son muy representativos a nivel nacional (8%).

Proporcionalmente, se observa que los especialistas son los que califican de "muy buenos" (42/29%) a los resultados del uso de fitomedicamentos, mientras que los médicos generales lo hacen de "buenos" (65/43%). Independientemente del médico que se trate, es notoria la satisfacción de los médicos hacia los resultados obtenidos con el fitomedicamento prescrito y por ello puede inferirse que continuarán utilizándolo aunque, tal vez no como fitomedicamentos en sí, sino como un medicamento efectivo.

Cabe recordar también que en esta pregunta están incluidas las diversas medicaciones naturistas. De este modo al desglosar por ciudad, puede notarse en el D.F. que la calificación de "muy bueno" obtiene el 52% de menciones (Gráfica No.6) en las que los especialistas, conocedores de los medicamentos en general, califican así a los resultados obtenidos con el fitomedicamento prescrito y también los médicos generales le dan esta misma calificación, aunque con 21 puntos porcentuales menos.

El término de "buenos" resultados obtiene el 43% de menciones, donde las menciones de los médicos generales y los especialistas son similares (12 y 15 respectivamente). Es posible que estas calificaciones se deban a que los médicos, tanto especialistas como generales de la capital del país, están "satisfechos" y "muy satisfechos" con los resultados obtenidos con los fitomedicamentos que han utilizado. Valga resaltar que se obtuvo una calificación de "excelente" mencionada por un médico general.

Por otro lado, cabe destacar que no se mencionó el término de "malo" para los resultados obtenidos, pero sí existieron 2 calificaciones de "regular", que no tienen representación estadística, con lo que de otra forma se vislumbraría un panorama desalentador para un mercado de médicos insatisfechos y a disgusto con los fitomedicamentos.

En Guadalajara los fitomedicamentos son calificados (Gráfica No.6) como "Buenos" en el 64% de los casos (14 puntos porcentuales arriba del total del país), sin embargo, los resultados "Muy Buenos" obtienen sólo la mitad con relación al total del país. La calificación de resultados "regulares" tiene 4 votos y existe una mención para "malos".

Aunque en esta ciudad es notable una tendencia hacia lo natural, los resultados obtenidos muestran que no existe una completa satisfacción en los médicos hacia los medicamentos naturistas utilizados, pues son calificados de "buenos" (así nada más) y no de "muy buenos" (como es el caso del D.F.).

Análisis de Resultados

Para los médicos de Monterrey, los resultados obtenidos (Gráfica No.6) con los fitomedicamentos son "buenos" (4 menciones) y son calificados como "muy buenos" (2 menciones) principalmente por los especialistas de esta ciudad. También, en esta ciudad existen resultados "regulares" y "malos" que son mencionados por los especialistas mismos.

Aunque falta mucho conocimiento y uso hacia esta clase de productos, los resultados obtenidos por los pocos médicos prescriptores (aquellos que han recetado por lo menos una vez fitomedicamentos) que los califican de "buenos" a "muy buenos", muestran que se puede considerar que hay susceptibilidad hacia la captación de nuevos productos, entre ellos los fitomedicamentos con un esfuerzo promocional de mayor fuerza.

7. ¿Cuáles son las características que usted considera que definen mejor a los fitomedicamentos?

En el "Top Of Mind" (TOM = suma de primeras y segundas menciones) de todos los médicos del D.F. (Tabla No.1) la característica más importante es la "Eficacia Terapéutica" (36 menciones), seguida por la que establece que "Contiene Extractos Vegetales" (27 menciones) y esta última seguida muy de cerca por la "Fácil Dosificación" (25 menciones) la cual, cuando es considerado el "Share Of Mind" (SOM = suma de terceras y cuartas menciones) supera a la previa y queda en segundo lugar. De hecho se podría hablar de un triple empate en el segundo lugar (50 menciones), dada una brecha tan pequeña (4 menciones), entre "Fácil Dosificación", "Contiene Extractos Vegetales" y "Sin efectos Secundarios", lo cual puede ser muy útil para la promoción.

Cabe mencionar que "Precio Bajo" ni siquiera tuvo una mención en primer orden y que apenas muestra relevancia en un tercero, pero en un segundo nivel, abajo de la "Calidad". Esto ofrece seguridad en la implantación de una estrategia de precios, la cual difícilmente estorbará a los otros elementos del Marketing Mix (Producto – Promoción – Precio – Plaza).

En Guadalajara para los médicos que dicen conocer de fitofarmacia, la característica más importante, en "TOM" y "SOM", es que estos productos "No tienen efectos secundarios", y en segundo lugar, con igual número de menciones, se encuentran "Fácil dosificación" y "Precio bajo". Sin embargo, hay que reconocer que la segunda cifra más alta en "First TOM" (FTOM = únicamente primeras menciones) es que "Contiene Extractos Vegetales", que en "TOM" y "SOM" sólo se encuentra a una mención de los segundos lugares, por lo que de nueva cuenta puede hablarse de un triple segundo lugar y en esta región con más certidumbre, pues aquí la brecha es de una sola mención.

En Monterrey, de acuerdo al "TOM" hay tres características que ocupan el primer lugar: "Contiene Extractos Vegetales", "Para Afecciones Leves" y "Sin Efectos Secundarios". No obstante, las dos primeras tienen mayor número de menciones en el "FTOM". Empero, al considerar el "SOM", la tercera característica se convierte en la más importante de todas y el "Precio Bajo" enseguida. Esta resultante es muy curiosa y pocas veces aparece; pero más curioso todavía es que en "SOM" haya cinco resultados iguales. Con todo, fielmente se refleja lo que está sucediendo en esta ciudad, de acuerdo a la experiencia.

Entonces, en el D.F., los médicos aceptarían más a los fitomedicamentos por su eficacia terapéutica y porque contienen extractos vegetales y en Guadalajara por la carencia de efectos secundarios, lo mismo que en Monterrey donde, al igual que en el D.F., el que contengan extractos vegetales es de mayor importancia que en Guadalajara. En los tres lugares, el precio tiene importancia secundaria.

Análisis de Resultados

Por otro lado, en el ámbito nacional y de acuerdo al "TOM", de los médicos que conocen más de fitofarmacia, son dos las características que ocupan mucho de este espacio y son: "Sin efectos secundarios" y la "Eficacia terapéutica". Y ni duda cabe, pues coinciden en primeras y segundas menciones. Hubo de ser necesario entrar en el terreno del "SOM" para distinguir a la más importante y resultó ser "Sin efectos secundarios" (68 menciones).

Aplicando el mismo criterio del "SOM", la tercer característica más importante es la "Fácil dosificación" y la cuarta que "Contiene extractos vegetales" (17% del total), la cual define y distingue a los fitomedicamentos. Con este esquema se expone la verdadera situación de esta línea de productos; es decir y sin quitarles crédito a las características del "TOM" y del "SOM", sólo un 17% del total de médicos (con un máximo de 25%) conoce de fitofarmacia.

Después de todo y como anticipación a los resultados de la pregunta 12, hoy por hoy, lo mejor es trabajar el aspecto de los pocos o nulos efectos secundarios que producen los auténticos fitomedicamentos.

7.1. ¿Cómo percibe usted a los fitomedicamentos?

Las respuestas a esta pregunta tienen dos vertientes: quienes vienen de la pregunta 7 y los que vienen con un salto de la pregunta 3.1. Aparentemente los primeros tienen mayor conocimiento de los fitomedicamentos (Gráfica No. 7) y por ello engrosan las respuestas dadas para la descripción de "científico / ético", pero, haciendo a un lado esta salvedad, se tiene que en el D.F. un 25% de médicos, sí reconoce a los productos como tales. Y relativamente, son los médicos internistas quienes mejor conocen a los fitomedicamentos y luego al mismo nivel, los médicos generales y los gastroenterólogos. A la vez y también de forma relativa, quienes menos conocen a los fitomedicamentos salen del mismo grupo de gastroenterólogos y de médicos generales, con la adición de los dermatólogos. El resto de los médicos pueden estar equivocados, pero expresan su opinión con seguridad, lo cual reduce su potencial para persuasión y convencimiento (51%), lo que sí se puede hacer con quienes no tienen idea de que se trata.

En Guadalajara es más elevado el número de médicos que no saben de fitomedicamentos (41%, Gráfica No. 7) y en consecuencia, mucho más pequeño quienes saben que son "científicos/éticos" (5%), y son exclusivamente los médicos generales. De los primeros, los que no saben, los internistas, los gastroenterólogos y los psiquiatras/neurólogos, son los que en forma relativa se muestran más "ignorantes" al respecto, para luego venir los generales, los que dan una idea de que las empresas farmacéuticas se acercan más a esta audiencia que a cualquier otra.

En Monterrey es donde menos saben o conocen de fitomedicamentos (59%, Gráfica No.7), pero por lo menos hay más médicos que sí les confieren características de científicos, que sus colegas de Guadalajara (10/5%) y el trabajo promocional puede

verse reflejado en las respuestas de los otorrinolaringólogos y los dermatólogos, de entre todas las especialidades.

De manera relativa, la especialidad que menos conoce de fitofarmacia es la psiquiatría/neurología y luego, la de gastroenterología. Por el tamaño de la muestra ya no es sorpresa que los médicos generales y los internistas sigan en ese orden.

A escala nacional, quienes supuestamente reconocen mejor el carácter científico de los fitomedicamentos son los médicos generales (hoy en día especialistas en medicina familiar) y en particular los del D.F. En perfecta oposición (Gráfica No. 7) los médicos de Monterrey son quienes más desconocen de fitomedicamentos. La realidad es que hay una relación muy desventajosa de quienes dicen conocer de fitofarmacia *versus* los que dicen no tener ni idea al respecto, esto es una proporción de 0.56 a 1, es decir prácticamente la mitad; y para más, un 74% de los médicos están confundidos o equivocados en cuanto a la conceptualización del tipo de productos farmacéuticos que involucra a este estudio.

El conocimiento de los fitomedicamentos como tales, por parte de la comunidad médica mexicana es muy bajo (18.4%) y pobre si se toma en cuenta que prácticamente en provincia no se ha difundido ese conocimiento; pero a la vez se puede pensar en una oportunidad de mercado casi 100% abierto para quien implante esta semilla del conocimiento.

8. ¿Conoce usted alguna compañía que comercialice fitomedicamentos?

De los 134 médicos del D.F., que ofrecen alguna opinión acerca de los fitomedicamentos (de la pregunta 7.1), sólo 89 de ellos (66%, Gráfica No. 8) reconocen a las empresas que manufacturan o comercializan fitomedicamentos.

En Guadalajara tan sólo el 15 % lo hace (11/44 menciones, Gráfica No. 8). Pero en Monterrey se tiene un mayor conocimiento de las firmas farmacéuticas y se alcanza un 56% (19/34). Sin embargo, en la suma de estas cifras se tiene un porcentaje muy bajo (39%) para la provincia.

En realidad, con esta pregunta los médicos dan un indicio de que tan efectiva ha sido la promoción de los diferentes laboratorios farmacéuticos con relación a la fitofarmacia y se nota que el "éxito" ha alcanzado un 56% a nivel nacional.

Ahora bien, el número es alto, si la promoción ha sido directamente dirigida a la relación nombre de la empresa-producto fitomedicamento; pero, si ha sido promovido el producto sin indicar su "fito-característica", entonces la recordación no se puede calificar de buena, pues es parte de la visita general del promotor.

Esto, simultáneamente puede indicar la apertura del mercado para descubrir un nicho, a partir de lo hecho por las otras firmas.

A nivel nacional, después de haber hecho la discriminación de los médicos que confiesan no saber de fitofarmacia (14 médicos), del resto se puede observar que sólo el 55.2% (Gráfica No.8) de ellos sabe o recuerda los nombres de las compañías que fabrican y/o comercializan fitomedicamentos. Esto bien puede darse porque muchas empresas carecen de impacto en sus promociones, lo cual ocurre por ser poco frecuentes o escasas las visitas de los representantes médicos, o bien porque los médicos pudieran haber falseado la información en sus respuestas previas para quedar bien con la encuesta, además de otras posibilidades. Queda claro que una cosa es no recordar nombres y otra cosa son las marcas; aquí sólo resalta que la recordación apenas se puede calificar de regular. Tal vez lo que haga falta para incrementar la recordación, es que se haga una compañía específica para este tipo de medicamentos y no aplicar la propia para medicamentos con fármacos químicos.

8.1. ¿Podría nombrar cuál conoce?

En el D.F. se tienen 4 laboratorios que son los que cuentan con menciones con algún significado estadístico (Gráfica No. 8.1) y son: Searle, Byk Gulden, Knoll y Sanfer los cuales suman 58% de las respuestas válidas obtenidas (41/78). Llama la atención que de esos cuatro nombres, tres sean de firmas alemanas, ya que Sanfer con su producto Kamillosan representa a un grupo alemán, denominado Asta Medica.

Análisis de Resultados

Searle es tan importante para los gastroenterólogos como lo es Byk Gulden y son quienes ponderan mejor a esta empresa para el resultado final de esta región. Searle luego se apoya en los internistas y de estos es la mejor respuesta (5 menciones). Sanfer al igual que Knoll tiene presencia con cinco de las seis especialidades visitadas con la excepción de los dermatólogos; la excepción para Knoll son los gastroenterólogos. Byk Gulden por su parte, cuenta con el apoyo de los médicos generales y es la firma a la que estos mejor responden.

En Guadalajara y en virtud del bajo número de médicos con cierto conocimiento de los fitomedicamentos (11), cada nombre emitido tiene significado estadístico, pero no aritmético. De esta manera, tan sólo vale la pena destacar que se declararon 2 nombres alemanes adicionales: B. Treuschip y Kroup. El grupo de médicos que más menciones proporcionaron ha sido el de los dermatólogos y luego el de los internistas. Aquí los psiquiatras / neurólogos no creen en la fitofarmacia.

En Monterrey, las respuestas se dirigieron exclusivamente a 2 compañías y en igual proporción: Byk Gulden y Knoll. Con una diferencia en favor de la primera y es que el nombre es recordado por cuatro audiencias y la segunda tan sólo por dos, teniéndose a los otorrinolaringólogos como la especialidad en común.

A nivel nacional y de acuerdo a los 25 nombres aportados como respuesta en esta segunda recordación, tan sólo tres nombres tienen relevancia (Gráfica No.8.1) y son Byk Gulden, Searle y Knoll, en ese orden y curiosamente, entre el primer nombre y el tercero, hay una brecha de 4.2 puntos porcentuales lo que significa un buen trabajo promocional de la empresa alemana (Byk Gulden), la cual trabaja mucho en el D.F. y un poco en Monterrey, pero nada en Guadalajara; Y tan sólo con eso tienen el liderazgo.

Algo semejante sucede con Searle quien, para ocupar un segundo lugar tan sólo necesita de los médicos del D.F. Por su parte, Knoll es el que tiene mejor presencia en el norte del país, aunque baja en el D.F. Sin embargo, lo más notorio es que ninguna firma de las que encabezan la lista está en Guadalajara con suficiente presencia para ser recordada.

8.2. ¿Qué productos conoce de la compañía que mencionó?

En este caso se obtuvieron 10 respuestas más que para el nombre de las firmas (81/71), lo que muestra que los médicos conocen más de marcas que de nombres y que también indica las probabilidades para establecer una liga "marca-nombre" o viceversa. Así, por ejemplo, se tiene que de acuerdo a marcas, los laboratorios más conocidos serían Searle, Byk Gulden, Sanfer y Knoll, cuando la realidad es que los dos últimos intercambian posiciones y que el Metamucil ya es de Procter & Gamble. Todo aclara que hay una cierta confusión entre los médicos para asociar "nombres", lo cual representa una estupenda oportunidad de mercado para irrumpir con un nombre poderoso, en un mercado dominado fuertemente por el Metamucil, en cuanto a ser conocido por todos los especialistas y son los médicos generales los que más usan este tipo de productos, aunque a veces se confunden (*verbi gracia* Searle), pero su disposición a conocer y usar algo diferente queda manifiesta.

En Guadalajara se dieron 11 diferentes respuestas de 11 posibles y tal vez el único producto fitomedicamento sea el Tamarine (Polvo de hojas y vainas de *Sen* normalizado de *Senósidos A y B*, extracto de blando da caña fistula, extracto blando de tamarindo y confitura de ciruela y manzana) mencionado por un gastroenterólogo.

Comparativamente, en Monterrey es muy fuerte la presencia del Ivel de Knoll con 7 menciones de 15 respuestas reales, las cuales provienen de los médicos generales (única respuesta), de otorrinolaringólogos y de psiquiatras/neurólogos. En esta localidad, los otorrinolaringólogos y luego los dermatólogos son quienes más aparentan conocer de fitomedicamentos.

A nivel nacional, como marcas recordadas solamente tres de ellas son las más mencionadas, pero con la peculiaridad de que el 84% de las menciones fueron generadas en el D.F., como era de suponerse desde la pregunta 8.1. Ahora bien, el orden de las marcas no corresponde al orden de los nombres de la pregunta inmediata anterior, excepto para el Ivel y Knoll que sí corresponden a su tercer lugar. Las otras dos marcas intercambian posiciones con respecto de los laboratorios fabricantes y así se tiene que el Metamucil está en primer lugar y el Agiolax en segundo. Con estos números queda claro que la marca Metamucil es más fuerte que el nombre de su fabricante, lo cual es muy frecuente que pase con los productos OTC; por su lado, el Agiolax no corre con la misma suerte y el nombre del laboratorio aún prevalece en la mente de los médicos. Y a propósito, el Agiolax y el Ivel son más conocidos por los médicos generales y el Metamucil por los especialistas quienes hacen que la recordación de este producto sea del doble que la de sus dos seguidores cercanos. Aquí se nota el buen trabajo mercadológico relativo que han hecho Searle primero y ahora Procter & Gamble para proporcionar e imponer la marca, que tal parece es la estrategia del segundo.

8.3. ¿Ha prescrito el producto que mencionó?

Es posible que esta pregunta represente un filtro más para depurar a los médicos que realmente conocen de esta rama de la farmacia de los que no. Así, en el D.F. (Gráfica No. 8.3) se ve que tan sólo 77 médicos si han prescrito por lo menos una vez el producto que han indicado como fitomedicamento. Y de estos 77 médicos, 37 contestaron que son productos científico/éticos en la pregunta 7.1, lo que señala que los médicos recetan más por la marca y la experiencia de resultados que por el profundo conocimiento del fármaco. Esto indica que la promoción actual de este tipo de productos si funciona, pero a la vez también indica que podría ser mejorada con mayor conocimiento de los productos. Los productos han tenido una penetración del 53%, aunque como una línea amplia y diversa; por lo tanto, sólo falta un eje promocional que los homogenice a todos.

En Guadalajara hay tan sólo 8 médicos que han emitido prescripciones para los productos que consideran fitomedicamentos, esta cantidad apenas significa un 10% del total encuestado, pero ya es estadísticamente representativo, aunque sea como grupo de médicos total, ya que por especialidad no hay soporte alguno.

En Monterrey se tiene casi el doble de respuestas que en la Guadalajara (15 *versus* 8) y aquí igualmente habrá de considerar al grupo de médicos como un todo y tampoco tomar en cuenta a las especialidades por separado, si bien se podría hacer una excepción con los otorrinolaringólogos y los dermatólogos, principalmente con los primeros que ya representan un grupo importante (10%).

En el ámbito nacional, de los 117 médicos que conocen algo de fitomedicamentos (de la pregunta 7.1) sólo 107 conocen o recuerdan marcas (pregunta 8.2) y de estos sólo 97 han prescrito supuestamente fitomedicamentos, ya que cabe recordar, de la pregunta 7.1, que solamente 60 médicos conocen bien a este tipo de productos.

Bajo la suposición aceptada, se tiene entonces que 28% (Gráfica No.8.3) de los médicos sí recetan estos productos (97/326 menciones) y a pesar de esto, la proporción es pobre si se considera que se trata de más de 20 compañías trabajando en este campo. Casi cada firma aporta un punto porcentual en promedio de prescripciones y esto es bajo. Si acaso se hiciera una depuración de la lista de productos conocidos como fitomedicamentos, la lista se reduciría a unos 15 productos, con lo cual el promedio bajaría aún más, a menos de 1 punto porcentual; algo realmente bajo. Pero, dado que los productos tienen buen volumen de ventas, luego entonces, los productos no se están promoviendo como fitomedicamentos, sino como medicamentos con fármacos químicos sintéticos, o simplemente no haciendo alusiones ni aclaraciones de ninguna especie.

8.4. ¿Para qué afección ha prescrito el producto que mencionó?

En la Gráfica No. 8.4 se observa que en el D.F., pareciera que los productos con fitofármacos sólo tienen una indicación que es la del tratamiento del estreñimiento, pues el 39% de las respuestas van en ese sentido. Si además se le suman otras 4 menciones relativas a motilidad intestinal, el porcentaje subiría a 44% que, aunado a las 4 marcadas para afecciones gastrointestinales, da un total de 38 respuestas que representan un gigante 50% de prescripciones de "fitomedicamentos" libradas para atacar problemas del aparato digestivo. Quienes contribuyen grandemente a esta concentración de respuestas, obviamente son los gastroenterólogos en primer lugar, luego los internistas para terminar con los médicos generales.

En Guadalajara con muy bajos números y además, por la mínima diferencia (3 *versus* 2 menciones) la neurosis supera al estreñimiento y a las vías respiratorias, ambas con esas 2 menciones, en las cuales el médico general hace valer su intervención.

En Monterrey hasta una cantidad de 9 médicos (11% en total, Gráfica No. 8.4) si designaron la afección por la cual han prescrito fitomedicamentos y en primer lugar los recetan para inducir el sueño hasta 33% de los médicos (3 de 9 menciones), igual que en Guadalajara coinciden un médico general y un otorrinolaringólogo, pero aquí el tercero es el psiquiatra / neurólogo y en la otra ciudad es un dermatólogo. En esta ciudad el estreñimiento pasa hasta el tercer lugar y la dermatitis ocupa el segundo puesto.

En las tres regiones esta respuesta sirvió como elemento auto discriminante y así se pudo medir quienes "hacen más uso" de fitomedicamentos, aunque no lo sepan. Así pues, el potencial de arranque para cualquier plan estratégico, relativo a fitomedicamentos, tiene como plataforma un 29% de los médicos de estas especialidades.

Finalmente, a nivel nacional sólo 95 prescriptores pudieron indicar para que afecciones han utilizado los productos referidos. Por lo menos se mencionaron 28 de ellas y seguramente todas importantes para los médicos en sus consultas y tratamientos aplicados y por supuesto, que también para los laboratorios farmacéuticos que las atienden con sus productos. Sin embargo, sólo hay una afección que roba la atención y es el problema de la motilidad intestinal que provoca estreñimiento o constipación intestinal, la cual tiene 39% de las 95 menciones. Esta afección es la única que se presenta en las 3 ciudades del país encuestadas y que es tratada por todas las especialidades (excepto médicos generales en Monterrey), con preponderancia de los médicos del D.F.

Aparte de competir contra el Metamucil y el Agiolax, se puede pensar en abordar el mercado del insomnio, provocado por tensión nerviosa o por depresión, que es una "afección" que ocupa un 8.4% de atención, con lo cual se nota que tienen una gran

potencialidad y en particular en las grandes ciudades y como se observa el mercado de Guadalajara está en espera de los fitomedicamentos adecuados.

8.5. ¿Qué resultados ha obtenido con el producto que mencionó?

Exclusivamente en el D.F., esta pregunta sirvió de nuevo de tamiz y 5 médicos más ya no supieron que contestar, por lo que la nueva cuenta de respuestas reales es de 72. De esta cantidad un 61% (Gráfica No. 8.5) ha obtenido "muy buenos" resultados, incluso, otros 2 médicos los califican de "excelentes", de tal forma que se puede generalizar y decir que la calificación ponderada de los fitomedicamentos en una escala del 1 al 10 es de 8 (redondeando) y los médicos generales son los más satisfechos de todo el grupo, seguidos por los gastroenterólogos y los internistas. Hay un par de médicos no del todo satisfechos y al sumar la misma escala califican a su producto con un 5 (1 dermatólogo y 1 psiquiatra / neurólogo) y casualmente los dos se refieren al Metamucil.

En Guadalajara la calificación de "bueno" se aplica al 66% de los productos y la excelencia sólo al 11%. La calificación final ponderada de esta ciudad para los "fitomedicamentos" es de 7 (redondeada), pero vale recordar que muchos productos naturistas son confundidos con fitomedicamentos, por ello no se deja de insistir en el entrecomillado. Un dato más es que aquí se obtuvo la calificación más baja que es la de "malos resultados" (calificación ponderada de 3.3) y se la otorgó un gastroenterólogo al Tamarine.

También en Monterrey hay otra calificación de "malos" resultados y se la conceden al Ivel, la cual, sumada a la de "regular" para el *Aloe Vera*, dan como resultado que la calificación final redondeada también sea de 7, a pesar de las calificaciones para los resultados "buenos" y "muy buenos" (4 menciones ambas), que especialmente los otorrinolaringólogos y médicos generales han validado con su experiencia.

A escala nacional, cualesquiera que hayan sido los productos recetados por los médicos, los resultados en general son buenos, (calificación aproximada: 8) y esto involucra a productos naturistas de herbolaria, auténticos OTC y fitomedicamentos de prescripción. Y así como pueden significar un paso en el avance para el establecimiento de los fitomedicamentos, esto es, por la confianza en el poder de los vegetales y su poder curativo; también puede significar un retroceso, pues se está usando un estándar que indica que no se puede aplicar a productos con base científica como los fitomedicamentos. En todo caso, esta posición dualista sólo se da en el D.F., y allí habría que percibir que extremo es mejor considerar.

De igual forma, la confusión no permite distinguir todavía a los productos con auténtica base científica/ética, lo cual puede interpretarse o tomarse como la entrada a un camino por el cual se puede penetrar en un mercado ávido de medicamentos con un efecto terapéutico realmente efectivo.

9. ¿Qué imagen tiene usted de las compañías comercializadoras de fitomedicamentos en comparación con las compañías químico farmacéuticas tradicionales en cuanto a:

9. ...investigación y desarrollo?

En el D.F., los médicos tienen una idea muy favorable al respecto de la tecnología que se usa para la elaboración de los fitomedicamentos, así, en la Gráfica No. 9 se ve que el 28% de ellos (14% del total) dice que se usa "muy alta tecnología" para fabricarlos. Desafortunadamente estos 23 médicos no son mayoría, pero pueden conformar un grupo "punta de lanza" para expandir el conocimiento de la fitofarmacia y de ellos habría que confiar en los médicos generales que son los consistentes en sus respuestas, pues en la pregunta 7.1 también indicaron que los productos son científicos / éticos. La mayoría de los médicos (43%) respondió por el lado seguro y confiable por lo que la imagen de la investigación y desarrollo de este tipo de empresas es "normal", lo único que ofrece es un dato comparativo con las empresas de medicamentos con fármacos químicos, que bien favorece a los fitomedicamentos; más bien el dato hay que tomarlo con discreción, ya que casualmente todas las especialidades tienen respuestas. Un dato más es que, tanto los médicos generales como los dermatólogos, cubren los cinco tipos de respuestas, lo que propone que el conocimiento depende exclusivamente de la experiencia personal.

En Guadalajara, un 46% de los médicos que dicen conocer de fitomedicamentos se inclinan a declarar que la investigación y desarrollo de este tipo de productos es "simple". Un 18% de médicos se opone a esta decisión y dicen, en cambio, que es de "alta tecnología". Sin saber a ciencia cierta quien tiene la razón, lo único que se puede señalar es que este 46% de médicos en la pregunta 1 indicaron que usan productos naturistas y homeopáticos, lo cual puede explicar sus respuestas.

En Monterrey, los médicos definen a la investigación y desarrollo, en 61% por el lado tecnológico y es el lugar donde el concepto neutral de lo "normal" queda en último lugar. Si hay quien dice que es "sencilla" (4 menciones) y 2 son quienes manejan fitomedicamentos (2 no contestaron). En esta región los otorrinolaringólogos son los especialistas más optimistas y los dermatólogos los menos, tal vez como consecuencia de su tradicional elaboración de fórmulas magistrales tan usada en sus tratamientos.

A nivel nacional, en vista de la desproporcionada participación de los médicos del D.F., las respuestas influyen grandemente en estos resultados; en consecuencia el riesgo es muy alto y no queda más "remedio" que esperar a que en provincia conozcan sobre los fitomedicamentos. Mientras tanto, si entre todos los médicos del D.F., conocen 7 empresas principales y todas ellas reconocidas por su historia químico-farmacéutica, la respuesta de que la investigación y desarrollo es "normal" no es de extrañar (36%, Gráfica No. 9), como tampoco lo es que 25% de los médicos piensen y conozcan de la alta tecnología que se aplica en la investigación y desarrollo de estas

empresas transnacionales que son la mayoría. Con relación al 22% de médicos que califican a la investigación y desarrollo de fitomedicamentos como "sencilla" o "muy básica" en la pregunta 7.1 contestaron: 10 herbolaria, 8 científico/ético, 7 popular y 4 no contestaron. Nuevamente se nota que hay confusión de conceptos y un tanto de desconocimiento de la fitofarmacia.

9.1. ...soporte científico?

En todas las preguntas escalares que contiene un número impar de posibles respuestas, la mayoría de estas tiende al justo medio (neutral) con lo cual los correspondientes permiten apreciar que no tienen suficiente experiencia con los elementos de definición y esta es una actitud muy frecuentemente vista en los médicos generales y en los internistas.

En esta pregunta estos médicos no son la excepción y así puede verse en la Gráfica No. 9.1 que aportan 46 menciones de las 56 en total recibidas, que a su vez representan el 71% de las respuestas (56 de 74 menciones) obtenidas. A estos dos grupos (médicos generales e internistas) pertenecen el mayor número de las respuestas del total encuestado.

La respuesta que más se mencionó en Guadalajara en referencia a soporte científico de estos productos también fue la de "suficiente" (45% de menciones, Gráfica No. 9.1), pero en este caso los médicos generales son sustituidos por otorrinolaringólogos y dermatólogos; las únicas menciones obtenidas de los médicos generales fueron para "amplio" soporte científico tal vez como consecuencia de un buen trabajo del representante médico. A diferencia con el D.F., aquí las respuestas de "nulo" tienen mucha representatividad (33%) y más porque provienen de 3 especialidades diferentes, cuyo potencial vale la pena explorar (gastroenterólogos, otorrinolaringólogos y dermatólogos).

En Monterrey, Gráfica No. 9.1, se da una calca de la distribución de los conceptos de Guadalajara; más aquí, los calificativos de "nulo" son más altos (39%) y el "suficiente" también (55%), por lo tanto, el solitario gastroenterólogo que contestó que sí recibe "amplio" soporte queda minimizado y sin importancia.

A nivel nacional y muy en línea con la pregunta anterior, la mayoría de los médicos (51%) se aprovechan del elemento neutral y allí se quedan. Menos de la mitad de estos médicos aceptan que la información recibida como soporte técnico es "amplia" (21%) y es posible que así haya sido. Luego entonces bastaría con hacer una evaluación del material que se ha entregado en el campo para poder definir lo que significa amplio y no caer en el exceso o en la parcialidad. La única referencia que se puede sacar de este trabajo al respecto de amplitud, viene proporcionada en la pregunta 11, donde se investigaron las expectativas de los médicos encuestados al respecto.

10. ¿De dónde obtuvo la información con la que usted creó la imagen de una compañía comercializadora de fitomedicamentos?

Lo más relevante en el D. F., es que la información escrita ha superado a la información directa que puede proporcionar el representante médico (43% *versus* 35%, Gráfica No. 10), esto como consecuencia de que el médico confía más en la palabra escrita que en la hablada cuando se trata de fitomedicamentos en este caso. También la información que recorre los pasillos de las clínicas y hospitales (bajo el concepto de "hospital" en la gráfica) tiene significado estadístico (10%), pero este está lejos de los otros dos ("bibliografías" y "revistas"). Estas tres respuestas reflejan la idea o imagen imprecisa que existe acerca del nivel científico en el que realmente se desenvuelven las empresas fabricantes de fitomedicamentos.

En Guadalajara es otra historia, es el ambiente médico ("colegas" y "hospitales") de donde los médicos encuestados reciben información primordialmente, principalmente los internistas y los otorrinolaringólogos. Aparentemente los representantes médicos para fitomedicamentos, como tales, no tienen reconocimiento, quizá como representantes de medicamentos con fármacos químicos si lo sean. De acuerdo a las menciones mínimas para el material escrito, sólo queda por interpretar que ésta no contiene el material esperado para conocer de fitomedicamentos.

Las respuestas de Monterrey se parecen más a las del D. F.; de hecho, los cinco primeros conceptos son iguales y los porcentajes muy similares. Aquí la relación del material escrito a representantes es de 42% del 33% correspondiente para este rubro (Gráfica No.10) y son los otorrinolaringólogos y los dermatólogos los que favorecen esta relación y en esto difieren al D. F., donde los más incisivos son los médicos gastroenterólogos, los internistas y los generales. De acuerdo a estos resultados, puede deducirse que en Monterrey se lee más el material escrito que en cualquier otro lado.

En general, los representantes siguen siendo el medio principal por el cual las empresas llegan a crear una imagen, tanto en médicos como en consumidores o pacientes (32%, Gráfica No. 10), pero esto es en forma individual, sin embargo, la información escrita (bibliografía mas revistas) resulta ser más poderosa en la creación de imagen (41%, Gráfica No. 10). En este sentido, la visión domina al escuchar y lo mismo se da, en forma muy homogénea, para los médicos generales y para los especialistas y de estos últimos, la excepción son los médicos de Guadalajara, quienes confían más en la información de colegas y en la que se maneja en los hospitales. Las reuniones masivas no generan mucha imagen pero son excelentes para introducir nuevos productos o conceptos.

Ahora bien, como los resultados de esta pregunta confirman los de las preguntas 9 y 9.1, se puede decir que el trabajo que se ha hecho, tocante a los fitomedicamentos, es "normal". En otras palabras, no se escuchó en la encuesta que se esté trabajando

con un posicionamiento en especial o que se utilicen materiales que verdaderamente distinguen a los fitomedicamentos.

10.1. ¿Considera usted que la información recibida es apropiada para cubrir sus necesidades en la consulta?

En el D.F. de los 89 médicos que han seguido la secuencia desde la pregunta 8, un total de 72 de ellos dicen que la información que han obtenido para exponer sus respuestas en 9 y 9.1, es apropiada.

Por otro lado, en Guadalajara 7 de 11 médicos admiten que la información recibida sobre fitomedicamentos es apropiada (64%, Gráfica No. 10.1). Esta es una buena cifra, sin embargo, en un cruce de respuestas se observó que estos 7 médicos respondieron que el soporte científico de los fitomedicamentos era "nulo" en la pregunta 9.1 y por tanto este resultado queda amplificado confiriéndole una connotación negativa a la respuesta de "apropiada". Esto puede significar que la información que se proporciona al médico se ha estandarizado tanto que no hay diferenciación y se usa lo mismo para productos que contienen fármacos químicos como para cualquier otro tipo de medicamento, incluidos por supuesto, los de origen vegetal 100%.

En Monterrey, los médicos se muestran más exigentes y a un poco menos del 50% les parece que la información ha sido simplemente "apropiada". Se infiere que los médicos ya desean y buscan algo novedoso y mejor, acaso más abundante. Una posible interpretación es que cada día se muestran más renuentes a aceptar la información simplista y acartonada de la literatura médica tradicional y tendenciosa. Otra interpretación sería que verdaderamente reconocen la importancia de los fitomedicamentos y desean sumergirse más en ese campo relativamente nuevo. Y una más sería que, dada la situación económica del país gran parte de los profesionistas buscan diferentes alternativas que les permitan mantener sus consultas y por ello desean conocer diferentes opciones a fondo.

En el ámbito nacional, resalta el porcentaje de quienes **NO** consideran que la información recibida de los representantes y por los medios impresos es apropiada. Se trata de un alto 25% si se suman quienes no expresaron opinión alguna. Aparentemente todo lo normal, lo tradicional en materia de promoción, ha comenzado a fatigar al cuerpo médico. Esto se traduce en desinterés y/o apatía hacia lo novedoso e interesante, de ahí que aparezcan los seguimientos sin convicción de las modas o bien las expectativas por verdaderas innovaciones farmacéuticas. En última instancia, tal posición puede conducir a que la baja de prescripciones se considere normal y se aprenda a vivir con ello.

11. ¿Qué recomendaciones daría usted para que una compañía transnacional comercializara fitomedicamentos en México?

En la Gráfica No. 11, se observa que un total de 131 médicos permiten escuchar su voz como parte del mercado total del D. F. De esas voces se escucharon 10 diferentes respuestas, de las cuales hay 3 que predominan, pues ellas cubren 80% de todas las recomendaciones y son: estudios clínicos/científicos (41%), más promoción/difusión (27%) y productos éticos/calidad (12%). Al respecto de la primera, los especialistas (psiquiatra/neurólogo e internista) principalmente, piden estudios comparativos con productos que contienen químicos sintéticos y/o que se aporten pruebas en apoyo a la información que se difunda. Y esto da pie a la segunda recomendación, la cual es respaldada por los médicos generales, quienes quieren que la difusión sea de conceptos y resultado, pero sobre todo, que sea amplia, profunda y con mucha continuidad; la idea es que no se dé lugar a confusiones con los productos de la medicina alternativa, dirían los dermatólogos. Así que el mercado demanda que se lance o se promueva una línea de productos totalmente *éticos* y de alta calidad que les permita manejarlos con un alto grado de confiabilidad.

En Monterrey se tienen 27 recomendaciones agrupadas en 6 grupos (Gráfica No.11), de los cuales 3 son importantes: Estudios clínicos / científicos (37%), más promoción / difusión (37%) y productos éticos/calidad (11%). Sí, son las mismas recomendaciones que en la ciudad capital y el contexto es exactamente el mismo.

La diferencia de Guadalajara (Gráfica No.11) con las otras dos ciudades estudiadas es que aquí no importa tanto la promoción y la difusión amplia, por lo que las recomendaciones se concentran en los estudios clínicos (28%) y los productos éticos (16%). Aquí las proporciones no son tan elevadas dado que las recomendaciones fueron mayores en número (13) para una cantidad menor de médicos. Las especialidades más determinantes para estos resultados han sido los otorrinolaringólogos y los dermatólogos, seguidos por los médicos generales. Como dato anecdótico, éste es el único lugar donde se hizo alusión a tener consideraciones para que los precios sean bajos (respuestas de 1 médico general y 1 gastroenterólogo).

El contexto a escala nacional revela que los médicos encuestados de acuerdo a sus respuestas, se encuentran en total y plena apertura, pues proyectaron sus necesidades al respecto de los fitomedicamentos. De las 21 definiciones recibidas, tan sólo 2 merecen la mayor atención posible, porque expresan el sentir del 36% de los médicos, que al ser escuchados, conformarán una base de apoyo muy sólido para la estrategia mercadológica. Estas dos recomendaciones son: estudios clínicos y científicos (22%) y mayor promoción y difusión (14%). La primera recomendación está respaldada por los médicos especialistas y la segunda por los generales y es en éste último caso, de manera muy marcada.

12. ¿Cree usted en un futuro de alta prescripción para los fitomedicamentos?

Aún y cuando esta pregunta debía hacerse a quienes hubieran contestado la pregunta 7.1, se intentó probar con todos los médicos con quienes fuera posible y así se pudo obtener un superávit de 10 médicos que a la postre resultaron inocuos para las respuestas totales. Lo más importante es que sí hay un "buen" porcentaje de médicos que si creen, en el D. F., en un futuro de alta prescripción para los fitomedicamentos (67%, Gráfica No. 12).

En Guadalajara los médicos son más austeros en sus proyecciones. Así, en la Gráfica No. 12 se aprecia que en esta ciudad sólo 32% de todos los médicos encuestados ofrecen razones para un futuro alentador. Es cierto que esta cantidad representa el 50% de sus contrapartes del D.F., así es que es mejor pensar que se tienen 61 puntos porcentuales del mercado a los cuales se les puede enseñar de fitomedicamentos y expandir el mercado.

En Monterrey los médicos fueron los más parcos en responder, pero los pocos que lo hicieron, lo hicieron con integridad. Por lo tanto, aquí se puede pensar en partir de una plataforma muy sólida, representada por ese 27% (Gráfica No.12) que si ve un futuro brillante para los fitomedicamentos. El 69% de quienes no contestaron, también es posible considerarlo como un grupo cuyo silencio es posible romper con información científica de valor.

A nivel nacional, en esta pregunta, de nueva cuenta convergen todos los médicos encuestados, ya sean conocedores, medio conocedores o desconocedores de los fitomedicamentos. La idea era proporcionar una última oportunidad de recordación en el tema de la encuesta a aquellos médicos que en el momento de la entrevista hubiesen estado inmersos al 100% en el campo de los medicamentos con base en químicos sintéticos.

Así pues, casi la mitad de los médicos si ven un futuro de alta prescripción para los fitomedicamentos (48.2%), lo cual resulta en un virtual estado de neutralidad, sin definición marcada. El 38.7% de médicos que no contestaron se pueden considerar abiertos a la aceptación de un mercado para fitomedicamentos, sumándose así a las respuestas positivas.

12.1. ¿Por qué cree en un futuro de alta prescripción para los fitomedicamentos?

Los resultados de la Gráfica No. 12.1 muestran un panorama alentador pues en el D. F. se recibieron hasta 17 razones diferentes por las cuales los médicos capitalinos ven un buen futuro para la fitofarmacia. Un 60% de las respuestas se concentran en 4 grupos, de los cuales el más importante es el que señala que los precios bajos para estos productos forjarán su crecimiento. Esta anotación es un refrendo a la creencia de que la tecnología de fabricación de estos productos no es compleja. La segunda razón más importante, es que los médicos encuentran, en su afán de atender a sus

Análisis de Resultados

pacientes, una nueva posibilidad de tratamiento efectivo, ya que realmente los productos funcionan (4ª razón). Y algo importante (3ª razón) es que para ellos los fitomedicamentos producen pocos efectos secundarios, dañinos o tóxicos. Y la "moda", si se quiere ver así, de la ecología y sus secuelas, seguramente tiene mucho que ver con el auge de alternativas de tratamientos acordes con lo natural. Ahora bien, como especialistas, los médicos internistas son los más positivos al respecto, casi igualados por los gastroenterólogos; un tercer grupo fuerte lo representan los médicos generales, de los cuales un 50% apoya las 4 razones ya mencionadas.

En la misma Gráfica No.12.1 se tiene que los médicos de Guadalajara también tienen 4 razones principales y estas representan el 70% de los 10 grupos formados. Y de esta mezcla, sólo comparten con sus colegas capitalinos la razón (también en 3^{er} lugar) de que los fitomedicamentos no producen efectos secundarios, dañinos o tóxicos. Y esta razón da sustento a la más importante razón para ellos que es "son buenos y confiables", lo cual se traduce en experiencia probada. Surge como segunda razón más notoria que los pacientes prefiere lo natural si se lo dan como opción. Dicen los médicos que en México hay una tendencia a lo tradicional, a creer en lo natural, a confiar o apegarse a los nombres tanto tiempo escuchados. Tal vez por esto, algunos médicos (13%) se atreven a generalizar que los productos con químicos sintéticos derivan de los fitomedicamentos o de vegetales y aunque todas las especialidades expresaron por lo menos una razón, los otorrinolaringólogos y los generales, en ese orden, son quienes más tendencia a prescribir fitomedicamentos tienen.

En Monterrey sólo hay dos razones, tan marcadas, que no dejan mucho espacio para que otras pudieran resultar relevantes (Gráfica No. 12.1), son un par de razones que también se expusieron en Guadalajara (no en el D. F.), por lo que pudieran considerarse de provincia: "la gente prefiere lo natural" (23%) y los fitomedicamentos "son buenos y confiables" (23%) y casualmente son los otorrinolaringólogos y los generales, con la adición de los dermatólogos, quienes más positivos se mostraron.

Al sumar los resultados de las tres ciudades, se obtienen 5 razones principales con representatividad estadística, de estas, 2 son suposiciones, una es más bien una preferencia y las otras dos pertenecen a los productos mismos. Las 2 razones principales pertenecientes a los productos conforman juntas un buen 21% y corresponden a "son buenos, confiables y de calidad" y a "no tienen efectos secundarios, dañinos o tóxicos". En la tabla ocupan el 4º y 5º lugares, pero por su importancia, se mencionan primero.

Para los médicos especialistas la cuestión de los efectos secundarios es 100% más importante que para los generales (12.6/5.6); la calidad también lo es, pero ahí no hay tanta diferencia, incluso, la suma de médicos por región, quienes dicen esta razón es muy pareja, por lo que la credibilidad de la razón aumenta aún más (caso único). (Ver pregunta 7).

Análisis de Resultados

Por otra parte, algunos médicos asumen (15%) que los fitomedicamentos deben ser de precio bajo, especialmente los de la capital del país. En este trabajo no se llegó a conocer las bases de tal suposición y esta es extraña porque en las preguntas 7 y 11 los precios no son tomados muy en cuenta.

Para los especialistas la mejor razón (13.6%) es que los fitomedicamentos les ofrecen una buena opción en los tratamientos que aplican y sólo por la posición de los médicos generales ésta razón ocupa el 2º lugar (12.7%). De alguna manera éste razonamiento nos indica que éste grupo de médicos aún no capta que los auténticos fitomedicamentos (no los productos naturistas) no son medicina de segunda; son tan de primer nivel como los productos con químicos sintéticos.

Finalmente, la tercera razón tiene mucho sentido en México por lo que sabemos. La cultura de la Medicina Mexicana acepta que la gente sí busca en muchísimas ocasiones lo natural, inclusive, como 5 médicos lo expusieron, los mismos pacientes ocasionalmente les solicitan los productos de esa categoría. No por nada es una de las dos razones que fue expuesta en todas las zonas del país y por todas las especialidades.

12.2. ¿Por qué no cree en un futuro de alta prescripción para los fitomedicamentos?

Los resultados de la figura 12.2. muestran que en el D. F., en realidad sólo 5 respuestas tienen representatividad estadística y una de ellas, la de "no hay información suficiente", más bien es una razón alentadora, pues de inmediato se sabe que hacer para subsanar la deficiencia. Hay otras dos que se podrían sumar por lo parecido del contexto: "usos limitados" mas "sin uso en especialidad" (15 + 9%). Las restantes dos serían: "la alopátia le funciona" y "no los recetaría". Sin embargo, del grupo total de 33 "pesimistas", bien se pueden recuperar 18 médicos (55%) si se les ofrecen pruebas que demuestren lo contrario de lo que ellos creen.

A nivel estrictamente regional, ni en Guadalajara ni en Monterrey las respuestas son importantes desde un punto de vista estadístico. Como dato curioso, baste decir que en estas 2 ciudades, sendos médicos coinciden en decir que los fitomedicamentos son remedios; cualquier comentario está fuera de la cuestión. Por otro lado, bastantes internistas dicen que los productos con químicos sintéticos les funcionan. A estos es más fácil demostrarles que los fitomedicamentos *también* funcionan.

En general, resulta significativo observar las 3 razones que muestran porcentajes arriba de la cifra de 10% y en particular la primera que indica que "la alopátia le funciona". Este grupo representa un 14%, pero en el total de menciones (326 médicos), tan sólo es el 2%. Así que realmente no hay tantos médicos, tan obsesivos, que estén dispuestos a rechazar a los fitomedicamentos.

Análisis de Resultados

Posiblemente éste grupo basa sus comentarios en los que se les ha ofrecido hasta ahora y aún así, los verdaderamente pertinaces, apegados a los medicamentos con químicos, no pasan de ser un 5% en total.

Conclusiones

Conclusiones

Con base a los resultados obtenidos se concluye lo siguiente:

- La fitofarmacia es un concepto o área de la farmacia muy poco estudiada y menos comprendida en el ámbito médico.
- Existe una confusión alrededor de la fitofarmacia. Muchos médicos realmente prescriben fitomedicamentos y no lo saben, de la misma manera hay quien receta un producto de herbolaria y está convencido de que es un fitomedicamento. De este modo los nombres comerciales que se mencionaron con mayor frecuencia fueron marcas que se manejan o promueven como productos OTC.
- De las áreas de la medicina incluídas, los médicos especialistas son quienes usan más a los fitomedicamentos.
- Se observó que los casos de prescripción real de fitomedicamentos son para el estreñimiento en primer lugar, la inducción del sueño en posición intermedia y la dermatitis esta en tercero.
- Se puede generalizar que el mayor reconocimiento de estos medicamentos viene por su propiedad de producir pocos o nulos efectos secundarios dañinos como resultado de su contenido de extractos vegetales que los hace efectivos y de calidad.
- Aproximadamente el 50% de los entrevistados creen en un futuro de alta prescripción para los fitomedicamentos.

Bibliografía

1. Croom, E.M. Jr. y Walker, L. (1995). Botanicals in the pharmacy; new life for old remedies. *Drug Topics*, 139 (21), 84-93.
2. Bye, R. y Linares, E. (1999). Plantas Medicinales del México Prehispánico. *Arqueología Mexicana*, VII (39), 4-11.
3. Rivera, A.E. (1999). Investigación reciente sobre plantas medicinales mexicanas. *Arqueología Mexicana*, VII (39), 54-59.
4. Pillau, H. (1985). Farmacoterapia Adecuada desde el punto de vista del Médico General. *Arzneimitteltherapie*, 38, (Supl. 1), 45-49.
5. Farmacopea Nacional de los Estados Unidos Mexicanos (2000). *Ley General de Salud* (7ª ed.), 19-62.,
6. Hänsel, R. y Trunzler, G. (1997). *Información básica sobre los Fitofármacos*. México: Farmasa/Schwabe.
7. Gómez, E. (1998, Noviembre). Fitofármacos: conceptos actuales. *Archivo Geriátrico*, 18-19.
8. Lozoya, X., Gómez, E. y Brunner, M. (1998). *Neurophyto-pharmaceuticals*. México: IMSS/Farmasa-Schwabe.
9. Fintelmann, V. (1986). Conocimientos científicos de los Fitofármacos: Bases para la seguridad y eficacia de los medicamentos. *Pharmazeutische Zeitung*, 131(2), 19-26.
10. *Biblioteca de Manuales Prácticos de Marketing: Modelo Estratégico para el Lanzamiento de Productos Farmacéuticos* (1992). España: Ediciones Díaz de Santos.
11. Chisnall, P.M. (1996). *La esencia de la Investigación de Mercados*. México: Prentice Hall.
12. Jany, J.N. (1994). *Investigación integral de mercados: un enfoque operativo*. México: Mac Graw Hill.

Bibliografía

13. Crask, K.M., Fox R.J. y Stout, R.G. (1995). *Marketing Research: Principles and Applications*. USA: Prentice Hall.
14. Steinegger, E. y Hansel, R. (1988). *Manual de Farmacognosis y Fitofarmacia* (4ª ed.). Heidelberg-Berlín-New York: Springer.

Anexos

ANEXO 1

Cuestionario para la evaluación del mercado de los fitofármacos para su aceptación como una nueva alternativa farmacológica de prescripción

<input type="checkbox"/> Médico General	<input type="checkbox"/> Otorrinolaringólogo
<input type="checkbox"/> Médico Internista	<input type="checkbox"/> Dermatólogo
<input type="checkbox"/> Gastroenterólogo	<input type="checkbox"/> Psiquiatra/Neurólogo

Nombre del Médico: _____ Fecha de entrevista: _____

Dirección: _____ Ciudad: _____ Encuestador: _____

1.- Le pido que observe la tarjeta número 1 y me diga, además de la Alopattia, de las diferentes terapias que aparecen en la misma, ¿podría usted decirme si maneja alguna otra?

SI _____ ¿Cuál?: _____ NO _____

____ Homeopatía

____ Fitofarmacia

____ Naturista

____ Otra (especificar): _____

2.- ¿En qué casos la maneja o ha manejado?

(Pasar a la pregunta 4)

NOTA: Si no ha mencionado "Fitofarmacia", hacer pregunta 3 y continuar.

3.- ¿Alguna vez ha intentado usar fitomedicamentos?

SI _____

NO _____

3.1. ¿Por qué?: _____

3.2. ¿Por qué?: _____

(Si contestó "NO" pasar a la pregunta 7.1)

4.- Y en cuanto a medicamentos se refiere, ¿Podría decirme el nombre del fitomedicamento de elección?:

5.- ¿Para qué tipo de afecciones lo prescribe?

6.- ¿Qué resultados ha obtenido con este producto?

7.- Le pido que observe la tarjeta número 2 y me diga cuales de las características que aparecen en la misma describen a los fitomedicamentos, indicando por orden de importancia las que usted considera que definan mejor a este tipo de medicamentos:

- ALTA CALIDAD
- CONTIENEN EXTRACTOS VEGETALES ESTANDARIZADOS
- FÁCIL DOSIFICACIÓN
- INDICADOS PARA AFECCIONES LEVES
- NO TIENEN EFECTOS SECUNDARIOS
- PRECIO BAJO
- PRODUCTOS INDICADOS PARA PROBLEMAS CRÓNICOS
- SE PRESENTAN EN FORMAS FARMACÉUTICAS NORMALES

7.1.- ¿Cómo percibe usted a los fitomedicamentos?

- CIENTÍFICOS / ÉTICOS
- HERBOLARIO / OTC
- MEDICINA POPULAR / TRADICIONAL
- NO SABE (Con esta respuesta terminar y agradecer)

8.- ¿Conoce usted alguna compañía que comercialice fitomedicamentos?

SI _____ NO _____

8.1.- ¿Cuál?

8.2.- ¿Qué producto o productos conoce de ella?

8.3.- ¿Lo ha prescrito?

SI _____ NO _____

8.4.- ¿Para qué afección?

8.5.- ¿Con qué resultados?

- EXCELENTES
 MUY BUENOS
 BUENOS
 REGULARES
 MALOS
 PÉSIMOS

9.- Le pido de favor leer la tarjeta no. 3, ¿Qué imagen tiene usted de este tipo de compañías en comparación con las firmas Químico Farmacéuticas Tradicionales con relación a:

....Investigación y Desarrollo?

- Muy alta tecnología
 Sofisticada
 Normal
 Sencilla
 Muy básica

9.1. ...Soporte científico?

- Amplio
 Suficiente
 Nulo

10.- ¿De dónde obtuvo este tipo de información?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Representante | <input type="checkbox"/> Congresos |
| <input type="checkbox"/> Colegas | <input type="checkbox"/> Simposios |
| <input type="checkbox"/> Revistas | <input type="checkbox"/> Información extranjera |
| <input type="checkbox"/> Bibliografía | <input type="checkbox"/> Hospital |

10.1.- ¿Considera esta información apropiada para sus necesidades en la consulta?

SI ____ NO ____

11.- Si una compañía transnacional deseara comercializar en México sus fitofármacos, ¿qué le recomendaría?

12.- ¿Cree Ud. en un futuro de alta prescripción para los fitofármacos?

SI ____ NO ____

12.1.- ¿Por qué SI?

12.2.- ¿Por qué NO?

Anexo 2**TARJETA No. 1****HOMEOPATÍA****FITOFARMACIA****NATURISTA****OTRAS (MENCIONAR)****TARJETA No. 2****INDICADOS PARA AFECCIONES LEVES****FACIL DOSIFICACIÓN****CONTIENEN EXTRACTOS VEGETALES ESTANDARIZADOS****NO TIENEN EFECTOS SECUNDARIOS****PRECIO BAJO****SE PRESENTAN EN FORMAS FARMACÉUTICAS COMÚNES****ALTA CALIDAD****EFICACIA TERAPÉUTICA COMPROBADA****INDICADOS PARA PROBLEMAS CRÓNICOS***continúa...*

TARJETA No. 3**MUY ALTA TECNOLOGÍA****SOFISTICADA****NORMAL****SENCILLA****MUY BÁSICA**