

RESUMEN

El presente trabajo descubre el comportamiento del consumidor de medicamentos genéricos y de marca, mediante el análisis comparativo de los factores y variables que influyen en la toma de decisiones, las características del mercado y el proceso de compra. Para lo que se llevo a cabo una exhaustiva investigación en el Distrito Metropolitano de Quito en una muestra de 306 personas.

En su primera parte se analiza el mercado y sus características, donde se determinan los atributos que las personas buscan en un medicamento, éstos son la seguridad y el precio, así también se manifiesta un crecimiento del mercado del 12% anual desde el año 2006 hasta el 2011. Seguido de la delineación de los segmentos que existen en el consumo de medicamentos, lo que dio como resultado dos tipos claramente identificados, de los cuales se tuvo que el más rentable es el segmento de consumidores de medicamentos de marca.

En la segunda etapa se analizan las variables y los factores que inciden en el comportamiento, donde se recalca el apoyo por parte del estado a la salud, así también la incidencia de las variables demográficas en el consumo de los medicamentos y se descubre el potencial de mercado para los medicamentos genéricos. Y se da énfasis en las diferentes formas en que afecta la cultura al consumo, en especial la automedicación. Se logra identificar el consumo de medicamentos según los ciclos de vida, lo cual también está ligado a los estilo de vida (Conservadores, cautivos y experimentadores), y las personas que influyen en la compra los medicamentos genéricos y de marca según el

tipo de compra que poseen los consumidores, basados en sus patologías. Finalmente se concluye con el proceso de compra de medicamentos.