


UNIVERSIDAD ESAN



**Impacto en la intención de prescripción de la calidad de la amistad entre los representantes de ventas farmacéuticos y los médicos: Evidencia de *detaling* en la ciudad de Lima, Perú**

**Trabajo de investigación presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el grado de Magíster en Marketing por:**

**Sebastian Mathias Caceres Olivos** ..... 

**Daniel Israel Reyna Flores** .....   
Daniel Reyna Flores

**Programa de la Maestría de Marketing**

Lima, 13 de setiembre de 2022

## RESUMEN EJECUTIVO

La industria farmacéutica a nivel global, realiza fuertes inversiones de recursos económicos destinados principalmente a la promoción de sus productos, además de los costos asociados a la visita médica y promoción de productos (*merchandising* e invitaciones a congresos científicos), todo esto es necesario para poder dar a conocer las características y beneficios de los productos farmacéuticos al médico (Bernett, 1991). El médico o profesional de la salud vendría a ser considerado el decisor final del uso del medicamento, es decir elige el producto para el tratamiento del paciente. Los médicos prescriben principalmente los medicamentos éticos, los que requieren de una receta para ser comprados (Zaki, 2014).

En la industria farmacéutica, se genera una relación de amistad entre el representante de ventas farmacéutico y el médico debido al tiempo y frecuencia de visita que se da a lo largo de la relación laboral entre ambos; sin embargo, no se está tomando en consideración este factor de la calidad de la amistad como influenciador en la intención de prescripción del médico. Por ello es que se plantearon los siguientes objetivos, a fin de poder evaluar el impacto de la calidad de la amistad entre el representante de ventas y la intención de prescripción del médico, los cuales son:

- Analizar el mercado farmacéutico peruano y su importancia a nivel local y regional.
- Identificación del marco teórico adecuado para soportar el modelo de calidad de la amistad e intención de prescripción.
- Definición del modelo de la calidad de la amistad y planteo de hipótesis.

Una vez definido el marco teórico a usar, se procedió a diseñar la encuesta basada en preguntas de estudios acerca de la teoría de la reciprocidad, teoría de la calidad de la amistad

y teoría de intención de prescripción. Se realizó una encuesta piloto realizada por la empresa “The Lima Consulting Group” la cual nos sirvió para evaluar el nivel de fiabilidad de las preguntas de la encuesta, así como también sus cargas factoriales. Por lo tanto, luego de evaluado los resultados positivos de la prueba piloto, se procedió a realizar el trabajo de campo, con la misma empresa del piloto entre los meses de julio y agosto 2022, donde se consiguió una muestra de 256 médicos encuestados de una total de 36,419 médicos de todas las especialidades (Fuente: Close Up International) a nivel en la ciudad de Lima Metropolitana.

Luego de recolectada y procesada la muestra obtenida en el trabajo de campo, se procedió a revisar:

- Nivel de fiabilidad y carga factorial de los constructos: seguridad, cercanía, ayuda, aceptación (Calidad de la Amistad) y la intención de prescripción, para determinar el nivel de fiabilidad de las respuestas obtenidas por cada constructo.
- Matriz de correlación entre las variables de estudio, para determinar las variables que más se relacionan o influyen en la intención de prescripción.
- Análisis de regresión multivariado para poder conocer todos los modelos posibles según los resultados de correlación de las variables.
- Elección, procesamiento e interpretación del mejor modelo de regresión multivariado.

Finalmente, y luego de haber analizado los diez modelos de regresión entre modelos univariados y multivariados, podemos concluir, que el mejor modelo obtenido considera solo dos variables de la calidad de la amistad: Seguridad y Ayuda, debido a su resultado

positivo y significativo. En relación a las variables de control, se está considerando: solidez y calidad de la evidencia científica de los productos, costo del producto, directrices/guías profesionales y nacionales, información marketing del laboratorio y finalmente años de trabajo del médico. Según esto, podemos concluir en lo siguiente:

- Existe relación positiva y significativa entre la intención de prescripción del médico y la calidad de amistad con el representante de ventas.
- Existe relación positiva y significativa entre la intención de prescripción y los constructos de la calidad de la amistad, seguridad y ayuda
- Las variables de control solidez y calidad de la evidencia científica de los productos, directrices profesionales y nacionales, e información marketing del laboratorio y finalmente los años de trabajo del médico, influyen en la intención de prescripción de manera positiva y significativa.
- Los constructos Cercanía y Aceptación si bien en forma univariada la relación con la intención de prescripción son positivas y significativas, en el modelo multivariado no lo son, por lo cual se concluye que estas variables no tienen un efecto suficiente en la intención de prescripción del médico. Una explicación plausible es que el entorno del modelo de la calidad de la amistad (Thien, Razak, & Jamil, 2012), es de naturaleza social, donde las relaciones personales son más íntimas y este estudio se enmarca en un contexto laboral, donde los factores de cercanía y aceptación son de carácter más privado y familiar.

En consecuencia, se sugiere adicionar como parte de los requisitos para la contratación de la posición de representante de ventas, la evaluación del nivel de calidad de la amistad que pueda haber desarrollado con su portafolio de médicos conocidos a lo largo de su experiencia

profesional, así como también considerar la solidez y calidad de la evidencia científica de los productos, directrices profesionales y nacionales, e información marketing del laboratorio dentro de las estrategias comerciales (4P's) como factores que influyen en la intención de prescripción de manera positiva y significativa.

***Resumen elaborado por los auto***