



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE FARMACIA

**DETERMINACIÓN DE LA NECESIDAD DE
ESTUDIOS DE CUARTO NIVEL DE LOS
PROFESIONALES FARMACÉUTICOS QUE LABORAN EN
OFICINAS DE FARMACIA**

FARMACÉUTICA
Espec. MARIELA DE FÁTIMA COELHO GONÇALVES

Caracas, 2015



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE FARMACIA
POSTGRADO MERCADEO



**DETERMINACIÓN DE LA NECESIDAD DE
ESTUDIOS DE CUARTO NIVEL DE LOS
PROFESIONALES FARMACÉUTICOS QUE LABORAN EN
OFICINAS DE FARMACIA**

Trabajo presentado ante la Ilustre Universidad Central de Venezuela para
optar al Título de Especialista en Mercadeo

Ftca. Esp. Mariela de Fátima Coelho Gonçalves.

**TUTORA
Prof. María Teresa Ochoa**

VEREDICTO



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE FARMACIA
DIRECCIÓN DE POSTGRADO



VEREDICTO

Quienes suscriben, miembros del jurado designado por el Consejo de la Facultad de Farmacia de la Universidad Central de Venezuela, para examinar el **Trabajo Especial de Grado** presentado por la Especialista en Farmacia Comunitaria **MARIELA DE FÁTIMA COELHO GONCALVES C.I. 5.427.866**, bajo el título **“DETERMINACIÓN DE LA NECESIDAD DE ESTUDIOS DE CUARTO NIVEL DE LOS PROFESIONALES FARMACÉUTICOS QUE LABORAN EN OFICINAS DE FARMACIA”**, a fin de cumplir con el requisito legal para optar al grado académico de **ESPECIALISTA EN MERCADEO**, dejan constancia de lo siguiente:

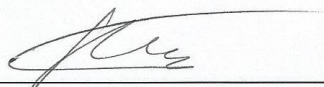
1.- Leído como fue dicho trabajo por cada uno de los miembros del jurado, se fijó el día **28 de enero de 2015** a la **09:00 a.m.**, para que **la autora** lo defendiera en forma pública, lo que **la autora** hizo en el **aula 701**, ubicado en el piso 7, de la Facultad de Farmacia, mediante un resumen oral de su contenido, luego de lo cual **respondió** a las preguntas que le fueron formuladas por el jurado, todo ello conforme con lo dispuesto en el Reglamento de Estudios de Postgrado.

2.- Finalizada la defensa del trabajo, el jurado decidió **APROBARLO** por considerar, sin hacerse solidario con la ideas expuestas por **la autora**, que **se ajusta** a lo dispuesto y exigido en el Reglamento de Estudios de Postgrado.

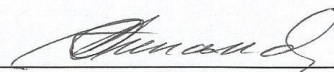
Para dar este veredicto, el jurado estimó que el trabajo examinado representa un aporte muy importante para el rediseño y actualización de los Postgrados de la Facultad de Farmacia y en particular al Postgrado de Farmacia Comunitaria. Asimismo el Jurado considero otorgarle la calificación de **EXCELENTE**, por ser un instrumento que promueve la actualización de las políticas de Postgrado de la

Facultad de Farmacia. Se sugiere a las autoridades de la Facultad al nombramiento de una Comisión que tome en consideración el presente trabajo.

En fe de lo cual se levanta la presente ACTA, a los **veintiocho** días del mes de **enero** del año **2015**, conforme a lo dispuesto en el Reglamento de Estudios de Postgrado, actuó como Tutora Coordinadora del Jurado la M.sc. María Teresa Ochoa.



M.Sc. Doris Attias
C.I. V- 3.180.687
UCV



M.Sc. Pilar Hernández
C.I. V- 3.554.170
UCV



M.Sc. María Teresa Ochoa
C.I. V 2.935.580
Tutora- Coordinadora
UCV



bq 28/01/2015

Página 2 de 2

DEDICATORIA

A mi Bebé,
A mi Pioja,
A mi Pulga,
A mis dos familias.

Los amo inmensamente

AGRADECIMIENTOS

A Dios y a la Virgen de Fátima, por proteger mi vida, la de mi familia y amigos.

A mi esposo Víctor González, por ser mi amigo, maestro, consejero, mi eterno novio. Gracias por estar siempre conmigo, en las buenas y las malas. Te amo.

A mi familia por todo el amor, las enseñanzas y el ánimo que me dan, para que sea cada día mejor ser humano y mejor profesional.

A mi tutora, la Prof. María Teresa Ochoa, por su amistad, tiempo, orientación y enseñanzas, muchas gracias.

A mi mamá profesional, gracias por estar conmigo siempre.

A la Prof. Marisol Benaim, por su colaboración desinteresada y por siempre darnos ánimos.

A las Prof. Candelaria Díaz y Edith Graffe de la USM, por su valiosa colaboración al aplicar las encuestas dentro de su horario de clases.

A todos los farmacéuticos y estudiantes que desinteresadamente colaboraron con la investigación.

A todos los profesores por los conocimientos impartidos que ayudaron a fortificar mi formación profesional.

A todas las personas que trabajan en la Dirección de Postgrado de Facultad de Farmacia de la UCV, por su apoyo incondicional.

A mis compañeros de clases, muchas gracias por haber compartido momentos tan felices.

A la Facultad de Farmacia de la Universidad Central de Venezuela, por formar profesionales exitosos.

**UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE FARMACIA
POSTGRADO DE MERCADEO**

**DETERMINACIÓN DE LA NECESIDAD DE ESTUDIOS DE CUARTO NIVEL
DE LOS PROFESIONALES FARMACÉUTICOS QUE LABORAN EN
OFICINAS DE FARMACIA**

Ftca. Esp. Mariela de Fátima Coelho Gonçalves.

Enero, 2015

RESUMEN

El farmacéutico de oficina de farmacia tiene múltiples funciones, desde elaborar, dispensar e informar sobre medicamentos, hasta proveer de cuidados de salud y realizar actividades gerenciales y administrativas, que permitan la rentabilidad de su negocio. Para realizar adecuadamente estas actividades, debe actualizar sus conocimientos constantemente, a fin de renovar su caja de herramientas profesional. El objetivo del presente trabajo fue determinar la necesidad de estudios de cuarto nivel en los profesionales que laboran en oficinas de farmacia, en el Distrito Metropolitano de Caracas y la disposición de los estudiantes del último año de la carrera a realizarlos. En este trabajo se aplicaron 255 encuestas con preguntas cerradas y abiertas y se solicitó el perfil del profesional a los entes empleadores. Como resultado se determinó que el 84% de los encuestados si desean realizar estudios de cuarto nivel. Sin embargo, el 56% de ellos no conocían los postgrados. Un 22% de las personas de la muestra, manifestaron interés en realizar el Postgrado de Farmacia Comunitaria y un 55% dijo que quizás lo cursaría. El 45% de los farmacéuticos que participaron en el estudio, tienen un concepto erróneo del término de "Farmacéutico Comunitario". Los farmacéuticos declararon, en porcentajes mayores al 90%, que deben poseer conocimientos en Manejo de Personal, Atención Farmacéutica, Comunicación Interpersonal y Control de Inventarios, entre otros temas. Para los empleadores, el farmacéutico debe poseer conocimientos y habilidades en Atención al Cliente, Manejo de Personal, Control de Inventarios, Compras, Toma de Decisiones, Liderazgo y Trabajo en Equipo. Se debería rediseñar el pensum de estudios del Postgrado de Farmacia Comunitaria y modernizarlo según las exigencias de sus clientes. Se debería incluir el cambio de su nombre para evitar confusiones. A fin de incrementar la matrícula en los postgrados, la Facultad debe diseñar e implementar una campaña publicitaria dirigida al mercado meta.

Palabras Claves: Farmacéutico, Oficina de Farmacia, Estudios de cuarto nivel, necesidades, actualización, mercadeo.

**UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE FARMACIA
POSTGRADO DE MERCADEO**

**DETERMINATION OF THE NECESSITY OF STUDIES OF FOURTH LEVEL
THE PHARMACISTS WHO WORKS AT OFFICES OF PHARMACY**

Ftca. Esp. Mariela de Fátima Coelho Gonçalves.

January 2015

ABSTRACT

The Pharmacist Community has multiple functions; from developing and dispensing medicament and information about it, until provide health care and carry out management and administrative activities that allow the profitability of your business. To properly perform these activities, he must constantly update their knowledge in order to renew their professional toolbox. The aim of this study was to determine the need for fourth level studies of professionals working in pharmacies, into Metropolitan District of Caracas and the arrangement of the students of pharmacy to realize them. In this work were applied 255 surveys with closed and open questions and was requested to the employers, the pharmacist's professional profile. It was determined that 84% of respondents whether they wish to take studies for fourth level. However, 56% of them did not know about the courses. The 22% of people in the sample, expressed interest in performing the Community Pharmacy course and 55% said that perhaps would attend. A 45% of pharmacists, who participated in the study, have a misconception of the term "Pharmacist Community ". Pharmacists reported, in percentages greater than 90%, that they should have knowledge in Personnel Management, Pharmaceutical Care, Interpersonal Communication and Inventory Control, among others. For employers, the pharmacist should have knowledge and abilities in Customer Service, Personal Management, Inventory Control, Purchasing, Decision Making, Leadership and Teamwork. It should redesign the curriculum of studies of Community Pharmacy and modernize it according to the demands of its customers. It should be included the name change to avoid confusion. To increase enrollment in graduate programs, the Faculty should design and implement an advertising campaign aimed at targets market.

Keywords: Pharmacist, Pharmacy Office, Studies fourth level, needs updating, marketing.

CONTENIDO

VEREDICTO	iii
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTOS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
CONTENIDO.....	ix
LISTA DE TABLAS	xi
LISTADO DE GRÁFICOS y FIGURAS	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	4
1.1 Planteamiento del Problema	4
1.2 Formulación del Problema.....	6
1.3 Objetivos de la Investigación.....	7
1.3.1 Objetivo General	7
1.3.2 Objetivos Específicos.....	7
1.4 Justificación	8
1.5 Viabilidad	9
CAPÍTULO II	10
Antecedentes.....	10
Marco Teórico.....	17
CAPÍTULO III	27
Materiales y Métodos	27
Tipo de investigación.....	27
Población y muestra.....	28
Fases del Trabajo.....	30
CAPÍTULO IV	31
Análisis y Discusión de Resultados.....	31
Fases de Análisis I	31
Fase de Análisis II	64
Etapa de Análisis III.....	91

CAPÍTULO V	98
Conclusiones	98
Recomendaciones	103
CAPÍTULO VI	105
Propuesta.....	105
REFERENCIAS.....	110
ANEXOS	113
Anexo 1. Programas de Pregrado de la Carrera de Farmacia de las distintas universidades.....	114
Anexo 2. Encuesta.....	117

LISTA DE TABLAS

Tabla I. Comparación del primer (1987) y del último (2014) plan de estudios del Postgrado de Farmacia Comunitaria	16
Tabla II: Características, beneficios y ventajas de la Especialización Farmacia Comunitaria ..	20
Tabla III: DOFA de la Especialización Farmacia Comunitaria	22
Tabla IV: Encuestados según rango de edad y sexo. n=255	32
Tabla V: Encuestados según área donde vive n=255.	34
Tabla VI: Conocimientos que necesita el Farmacéutico que labora en Oficina de Farmacia. n=158.....	61
Tabla VII: Conocimientos que debe poseer el Farmacéutico que labora en oficina de farmacia según la importancia. n=158.	62
Tabla VIII Conocimientos que debe poseer el Farmacéutico que labora en Oficina de Farmacia, según algunos entes empleadores	93
Tabla IX Destrezas que debe poseer el Farmacéutico que labora en Oficina de Farmacia, según algunos entes empleadores	94
Tabla X Valores que debe poseer el Farmacéutico que labora en Oficina de Farmacia, según algunos entes empleadores	95

LISTADO DE GRÁFICOS y FIGURAS

Gráfico 1. Encuestados según su sexo.....	33
Gráfico 2. Nivel académico de los encuestados.....	35
Gráfico 3. Universidad donde estudió(a).....	35
Gráfico 4. Farmacéuticos graduados antes y después del cambio curricular.....	37
Gráfico 5. Lugar donde trabaja.....	38
Gráfico 6. Conocimientos impartidos durante el pregrado.....	39
Gráfico 7. Justificación de los Conocimientos impartidos durante el pregrado.....	40
Gráfico 8. Conoce los Postgrados de la Facultad de Farmacia de la UCV.....	41
Gráfico 9. Medios donde obtuvieron información de los Postgrados de la Facultad de Farmacia UCV.....	42
Gráfico 10. Otros medios donde obtuvieron información de los Postgrados de la Facultad de Farmacia UCV.....	43
Gráfico 11. Interés de los encuestados en cursar Postgrados de la Facultad de Farmacia UCV.....	44
Gráfico 12. ¿Qué lo motivaría a cursar estudios de cuarto nivel?.....	45
Gráfico 13. Razón por qué no quieren realizar postgrado en la Facultad de Farmacia de la UCV.....	46
Gráfico 14. Otras razones por lo que no quieren realizar postgrado en la Facultad de Farmacia de la UCV.....	47
Gráfico 15. Horario de preferencia,.....	48
Gráfico 16. Área donde quieren desarrollarse.....	49
Gráfico 17. Tipo de Estudio de Cuarto Nivel donde quieren desarrollarse.....	50
Gráfico 18. Postgrados según la preferencia del encuestado.....	52
Gráfico 19. Postgrados según la preferencia de los farmacéuticos encuestados de la UCV.....	53
Gráfico 20. Postgrados según la preferencia de los farmacéuticos encuestados de la USM.....	54
Gráfico 21. Postgrados según la preferencia de los farmacéuticos encuestados de la ULA.....	55
Gráfico 22. Postgrados según la preferencia de los estudiantes encuestados de la UCV.....	55
Gráfico 23. Postgrados según la preferencia de los estudiantes encuestados de la USM.....	56
Gráfico 24. Preferencia del encuestado del Postgrado de Farmacia Comunitaria.....	57
Gráfico 25. Ha realizado Postgrados en la Facultad de Farmacia de la UCV.....	58
Gráfico 26. Calificación de los Postgrados en la Facultad de Farmacia de la UCV.....	59

Gráfico 27. Significado del término “Farmacéutico Comunitario”	60
Gráfico 28. Conocimientos que debe poseer el Farmacéutico que labora en la Oficina de Farmacia.....	63
Gráfico 29. Estudiantes según Universidad	64
Gráfico 30. Farmacéuticos según Universidad,	65
Gráfico 31. Farmacéuticos/Estudiantes según sexo	66
Gráfico 32. Conocimientos impartidos durante el pregrado (Farmacéuticos/Universidad)	67
Gráfico 33. Conocimientos impartidos durante el pregrado (Estudiantes/Universidad).....	68
Gráfico 34. Lugar de trabajo de los Estudiantes.....	69
Gráfico 35. Lugar de trabajo de los Farmacéuticos.....	70
Gráfico 36. Horario de preferencia para realizar estudios de cuarto nivel.....	71
Gráfico 37. Horario de preferencia según el tipo de estudios de cuarto nivel	72
Gráfico 38. Preferencia de los estudios de cuarto nivel de los farmacéuticos de la UCV.....	73
Gráfico 39. Preferencia de los estudios de cuarto nivel de los estudiantes de la UCV	74
Gráfico 40. Preferencia de los estudios de cuarto nivel de los Farmacéuticos de la USM.	75
Gráfico 41. Preferencia de los estudios de cuarto nivel de los estudiantes de la USM.....	76
Gráfico 42. Preferencia de los estudios de cuarto nivel de los farmacéuticos de la ULA	77
Gráfico 43. Conoce los Postgrados vs. cursó Postgrados según Universidad	78
Gráfico 44. Farmacéuticos que conocen los Postgrados y que lo han realizado vs. no realizado	79
Gráfico 45. Farmacéuticos que no han realizado Postgrados y que están interesados	79
Gráfico 46. Estudiantes que están interesados en realizar Postgrados en la Facultad de Farmacia.....	80
Gráfico 47. Área donde trabaja vs. área donde quiere desarrollarse	81
Gráfico 48. Área donde trabaja vs. Motivación	82
Gráfico 49. Significado del término “Farmacéutico Comunitario” según período de graduación ...	84
Gráfico 50. Significado del término “Farmacéutico Comunitario” según período de graduación de los Farmacéuticos de la UCV	85
Gráfico 51. Farmacéuticos de la UCV que contestaron “Farmacéutico de Oficina de Farmacia”	86
Gráfico 52. Farmacéutico de la UCV que contestaron “Farmacéutico de las Comunas”,.....	86
Gráfico 53. Significado del término “Farmacéutico Comunitario” según período de graduación de los Farmacéuticos de la USM.....	87

Gráfico 54. Farmacéuticos de la USM que contestaron “Farmacéutico de Oficina de Farmacia”	88
Gráfico 55. Farmacéutico de la USM que contestaron “Farmacéutico de las Comunas”	88
Gráfico 56. Significado del término “Farmacéutico Comunitario” según época de graduación de los Farmacéuticos de la ULA.....	89
Gráfico 57. Farmacéuticos de la ULA que contestaron “Farmacéutico de Oficina de Farmacia”	90
Gráfico 58 Farmacéuticos de la ULA que contestaron “Farmacéutico de las Comunas”.....	90
Figura 1. Propuesta de Áreas Temáticas para los Estudios de Cuarto Nivel.....	109

INTRODUCCIÓN

Los estudios universitarios en la República Bolivariana de Venezuela, para la obtención del Título de Farmacéutico se realizan en tres Universidades, dos públicas, como lo son la Universidad Central de Venezuela (UCV) y la Universidad de Los Andes (ULA) y una privada, la Universidad Santa María (USM), en sus dos sedes Caracas y Puerto La Cruz. Al finalizar la carrera universitaria, la mayoría de los profesionales farmacéuticos van a trabajar a las oficinas de farmacia, debido a la disminución de los puestos de trabajo en las áreas industriales, ocasionado por baja producción y altos niveles de importaciones de productos terminados. Sin lugar a dudas, tradicionalmente han sido las oficinas de farmacias las que demandan mayor número de farmacéuticos y esto unido el desarrollo de las cadenas de farmacias ha determinado un cambio importante en el ejercicio profesional farmacéutico.

A este respecto la periodista y articulista Giuliana Ciappe, en su escrito publicado en la sección de economía del diario El Universal comenta que:

Aproximadamente el 30% de las medicinas que antes se fabricaban en plantas nacionales, en la actualidad son importados. La razón es que laboratorios transnacionales que mantenían plantas farmacéuticas en Venezuela decidieron cerrarlas y operar sólo a través de oficinas de representación. (El Universal, Agosto de 1997).

En este sentido se puede inferir que las condiciones jurídicas, económicas y de mercado en el país, han influido en la decisión de cerrar operaciones de fabricación.

Según información obtenida, vía correo electrónico de la Lic. Jacqueline Delgado, Administradora de la Federación Farmacéutica Venezolana (FeFarVen), el 1ero de abril de 2014, en los archivos de dicha oficina se encuentran registradas aproximadamente 5.578 farmacias y 168 laboratorios. Dicha información orienta claramente sobre cuál es el campo de ejercicio profesional que mayores plazas ofrece para los profesionales farmacéuticos.

Los farmacéuticos son profesionales del área de la salud, dentro de sus múltiples actividades se encuentra la de garantizar que sus pacientes consigan una mejor calidad de vida, este objetivo es alcanzable siempre que lo ayude a obtener el mayor beneficio terapéutico en sus tratamientos farmacológicos y no farmacológicos. Para cumplir con esta tarea es imperante que el profesional se mantenga actualizado sobre aspectos tales como: el desarrollo de la práctica y las ciencias farmacéuticas, las normas y los requerimientos profesionales, las leyes que regulan la farmacia y los medicamentos, y los avances en los conocimientos y la tecnología relativos al uso de medicamentos.

Por esta razón, el presente trabajo se planteó realizar un estudio de mercado, a fin de averiguar si ese cliente potencial, es decir, los farmacéuticos que laboran en oficinas de farmacia y los estudiantes del último año de la carrera de Farmacia, quieren realizar estudios de cuarto nivel y cuáles son los conocimientos que demandan, todo esto, analizando las necesidades relacionadas con sus competencias.

El trabajo está estructurado en seis (6) Capítulos. En el Capítulo I, incluye el planteamiento y formulación del problema, objetivo general y específicos, justificación, viabilidad. Capítulo II, desarrolla el marco teórico, se expresan los antecedentes relacionados con la investigación y el desarrollo de los fundamentos teóricos en los que se basa la investigación. El Capítulo III, comprende el marco metodológico: Tipo de investigación, Población y muestra, Fases del trabajo. El Capítulo IV presenta el análisis y presentación de resultados, el Capítulo V, las conclusiones y recomendaciones. Capítulo VI indica la propuesta. Referencias consultadas y los anexos.

CAPÍTULO I

1.1 Planteamiento del Problema

Para afrontar los requerimientos de los pacientes, los farmacéuticos deben asumir cada vez mayores responsabilidades, lo que demanda, una continua reingeniería de sus competencias y habilidades como profesionales sanitarios. (FIP/OMS, 2012).

“Para la mayoría de la gente, farmacia significa ante todo el farmacéutico de la comunidad... el *farmacéutico comunitario* es un híbrido peculiar de hombre de negocios y profesional”. (Remington, 1987).

Según la Sociedad Española de Farmacia Comunitaria, desde hace varios años la profesión de Farmacia en el mundo ha sufrido grandes cambios. Esos cambios, han provocado que se pase de una farmacia centrada en el medicamento a una farmacia, donde el Farmacéutico debe orientar su atención al paciente. Esto presume una mayor complejidad y responsabilidad de sus tareas cotidianas. (SEFAC, 2009).

La función original del farmacéutico era la del suministro de medicamentos y la orientación al paciente. Este papel ha evolucionado desde ser un elaborador y dispensador de fármacos hacia un agente de servicios y de información y, últimamente, como proveedor de cuidados de salud.

En resumen, la labor del farmacéutico consiste en asegurar que la terapia que recibe el paciente sea la indicada, la más efectiva disponible, la más segura posible y cómoda para el paciente. Asumiendo la responsabilidad directa de las necesidades farmacológicas de cada paciente, a fin de obtener resultados precisos que mejoren o mantengan la calidad de vida del paciente. (OMS, 2006).

Para tener éxito en este nuevo enfoque que demanda el mercado, el farmacéutico de la oficina de farmacia debe prepararse, actualizando constantemente sus conocimientos.

Se pudiesen considerar entre los temas a estudiar: las interrelaciones personales, trato directo con el paciente, eficiencia administrativa, manejo de talento humano y velocidad en la respuesta, entre otros aspectos. Esto le permitirá alcanzar un alto nivel de competitividad y asertividad profesional.

En el año 1999, la Facultad de Farmacia de la Universidad Central de Venezuela, en concordancia con el desarrollo de las ciencias farmacéuticas y las necesidades del país, realizó un cambio curricular en su pregrado, como respuesta a la evolución ocurrida en la profesión. Dicha transformación se realizó respondiendo a las necesidades exigidas por los sistemas de salud, preparándolos de forma integral con, conocimientos, habilidades y destrezas que le otorgarían el nivel mínimo indispensable para el cabal desempeño en las funciones, actividades y tareas que conforman el ejercicio profesional. (Facultad de Farmacia, 1999).

A la luz de éstos hechos, ¿Será suficiente el mencionado plan de estudio, para cubrir las necesidades académicas del profesional farmacéutico que ejerce en el país? ¿Los farmacéuticos graduados en otras universidades tienen los mismos conocimientos?

Se impone entonces, la necesidad de realizar un estudio de mercado que permita conocer exactamente, cuáles son las necesidades actuales, lo que quiere decir, cuál es la “*caja de herramientas profesional*” de los farmacéuticos que laboran en las Oficinas de Farmacia (segmento de mercado) y, utilizando estrategias de posicionamiento diseñadas y pensadas para tal fin, realizar una propuesta de manera tal, que el mercado meta, perciba y considere su diferencia competitiva que le permitirá distinguirse.

1.2 Formulación del Problema

Se plantean las siguientes interrogantes:

¿Estarían dispuestos los estudiantes de las Facultades de Farmacia, a realizar estudios de cuarto nivel en el área de Farmacia Comunitaria?

¿Cuáles son las necesidades de los farmacéuticos que trabajaban en las oficinas de farmacia?

¿Cuáles son los requerimientos de los entes empleadores en relación al perfil profesional del farmacéutico que trabaja en la oficina de farmacia?

¿El diseño actual del postgrado Farmacia Comunitaria, satisface los requerimientos de dichos profesionales?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Determinar la necesidad de estudios de cuarto nivel de los profesionales farmacéuticos que laboran en oficinas de farmacia, en el Distrito Metropolitano de Caracas.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Determinar la disposición de los estudiantes del último año de la carrera de farmacia a realizar estudios de Postgrado en la Facultad de Farmacia de la Universidad Central de Venezuela.
2. Establecer las necesidades de los farmacéuticos que trabajan en la oficina de farmacia, en relación a estudios de cuarto nivel.
3. Establecer los requerimientos de los entes empleadores en relación al perfil profesional del farmacéutico que trabaja en la oficina de farmacia.
4. Diseñar una propuesta de actualización de conocimientos relacionados con el ejercicio profesional, basado en los requerimientos del farmacéutico que labora en Oficina de Farmacia y sus empleadores.

1.4 Justificación

En Venezuela, la mayoría de los egresados de las Facultades de Farmacia van a trabajar en la oficina de farmacia, sea este establecimiento propio, de particulares independientes o de cadenas.

Las Facultades de Farmacia (UCV, ULA, USM), son espacios para la generación de conocimiento, por lo que se entiende que están en procesos de actualización constante de su oferta académica, en anexo se pueden revisar los *pensa* de estudios de cada facultad (anexo 1). Dichos espacios ofertan además programas de actualización como son los postgrados. Se puede mencionar el postgrado de Farmacia Comunitaria, dictado única y exclusivamente en la UCV, que forma al farmacéutico como profesional integral de la salud y con capacidad de liderizar todo lo concerniente a la utilización ambulatoria del medicamento (Arismendi, 2005). Sin embargo, el número de inscritos en esta Especialización viene mermando cada día más.

Tomando en cuenta esta realidad, se justifica estudiar el mercado y determinar cuáles serían los factores que originan este fenómeno, a objeto de diseñar estrategias competitivas que generen una propuesta de formación académica de cuarto nivel, acorde las necesidades actuales y a las condiciones del mercado laboral farmacéutico y que esté en consonancia con el marco legal que rige el ejercicio de la farmacia.

1.5 Viabilidad

El presente trabajo fue viable debido a que se contó con la experiencia y los materiales e instrumentos para realizar la investigación.

Recursos Humanos: Farmacéutica autora del trabajo, tutora y asesores.

Recursos Institucionales: Biblioteca y Hemeroteca de la Facultad de Farmacia de la Universidad Central de Venezuela y otras relacionadas con el tema de investigación.

Recursos tecnológicos: Computador Intel Core 2 Quad, Laptop, quemadora DVD, impresora láser color, scanner, conexión a internet banda ancha, software adecuado para el tratamiento de la data, fotocopiadora y otros materiales de oficina.

Recursos económicos: Se contó con los recursos económicos suficientes para acometer este trabajo.

CAPÍTULO II

Antecedentes

A principios del siglo XX, la profesión farmacéutica tenía como objetivo principal al paciente, el farmacéutico era el encargado de fabricar a través de su arte (Recetura) el medicamento para ese paciente y darle toda la información necesaria relacionada con su salud, su medicación y su estilo de vida. Posteriormente con la aparición y desarrollo de la industria farmacéutica, se modifica radicalmente el esquema de dicha práctica profesional y es justamente en este momento cuando el ejercicio en las farmacias comunitarias experimenta dos cambios significativos y de futuras repercusiones:

- Los medicamentos, que habían sido manufacturados por cada uno de los farmacéuticos regentes de farmacia, pasan a ser fabricados en su gran mayoría por la industria farmacéutica.
- El objetivo principal deja de ser el paciente, pasando a ocupar su lugar el medicamento. (Attías, D., Ferrigni, N., 1993).

Cada día en el mercado se pueden encontrar más medicamentos, ya que se desarrollan nuevas moléculas que resultan en principios activos con efectos terapéuticos diferentes o con mayor potencia que los ya existentes, este hecho determina que el farmacéutico de la oficina de farmacia, tenga una gran responsabilidad dentro del equipo de la salud, por su relación con el paciente y la comunidad en el acto de la dispensación del medicamento, así como todas

aquellas que le corresponden como profesional de la salud, en lo que a prevención y atención primaria se refiere.

De acuerdo a la Ley del Medicamento (Gaceta 37.006, 2000) parte de las actividades fundamentales del ejercicio de la farmacia es brindar asesoramiento sobre el uso racional del medicamento, así como la vigilancia en la consecución y término del tratamiento prescrito a los pacientes.

Las farmacias comerciales son conocidas como farmacias comunitarias u oficinas de farmacia. El Farmacéutico Comunitario y su equipo de trabajo, realizan una importante labor social. Dentro de su práctica profesional, una de las funciones del farmacéutico está orientada al paciente. Sin embargo, por ser la oficina de farmacia un negocio, el farmacéutico debe poseer conocimientos, destrezas y habilidades que lo ayuden a llevar adecuadamente la gerencia y administración de dicho establecimiento comercial, lo que quiere decir que el farmacéutico comunitario debe poseer competencias adecuadas para lograr el éxito.

Las farmacéuticas Alba Díaz y Marjorie Mendoza (2012), manifiestan:

que es necesaria la revisión del rol del Farmacéutico en la Farmacia Comunitaria, su labor social, su compromiso en desarrollar Iniciativas Sociales, que incluyan las relaciones con pacientes y/o clientes, confidencialidad, asesoramiento y seguimiento farmacoterapéutico, entre otros elementos; lo que permitiría añadir valor a la Farmacia Comunitaria en temas como la prevención de enfermedades, la automedicación responsable, la información completa, acertada, a tiempo a los pacientes y la interrelación e integración más idónea con la comunidad del entorno". Díaz, A. y Mendoza, M. (2012).

Méndez J. y Gómez L. declaran que, en la farmacia actual la tendencia es a relacionarse más con los clientes a través de ofertas, ofreciendo otros servicios como ópticas, revelado de fotografías, despacho a domicilio, entre otros, constituyendo de esta forma un nuevo esquema de valor agregado, garantizando la satisfacción de un consumidor cada día más exigente.

Continúan diciendo que el consumidor va a la farmacia, no solo para adquirir un producto, sino que exige cada día más un valor añadido, lo que se traduce en la recomendación profesional para satisfacer sus necesidades y resolver de esta forma sus problemas de salud. Por todo esto, las farmacias han tenido que adaptar estrategias que les permitan mantenerse y subsistir en el competitivo sector (Méndez J., Gómez L.; 2014).

Por estas razones, entre otras, se requiere una reorientación en el perfil del farmacéutico que labora en las oficinas de farmacia; adaptando los estudios de cuarto nivel a las nuevas necesidades y requerimientos exigidos por esta actividad, hacia una nueva práctica dirigida a la comunidad, al paciente y a un negocio próspero.

La profesora Esdrás Arismendi, en su Trabajo de Ascenso titulado “Postgrado de Farmacia Comunitaria. Evolución y Perspectivas”, manifiesta que los estudios de Postgrado son considerados como el nivel de estudios más avanzado, donde se forma la fuerza de trabajo de alto nivel para el mercado laboral y profesionales compenetrados con la realidad socioeconómica del país.

Continúa diciendo, que el postgrado debe ser un proyecto de formación de personal altamente calificado, estrechamente vinculado a la realidad social, económica, política y cultural del país. Que la pertinencia de un postgrado, es la contribución de los resultados institucionales a esos entornos, para satisfacer sus demandas, con profesionales de la más alta calificación y competencia. Para lograr ese objetivo, es necesario que la Universidad (en este caso el Postgrado), interactúe, escuche a sus clientes, sea centro de reflexión y debate, productor de conocimientos novedosos e innovadores, produciendo propuestas de cambio y solución de problemas. (Arismendi, 2005).

La especialización de Farmacia Comunitaria se inicia en la Facultad de Farmacia de la Universidad Central de Venezuela en el año 1987, como una necesidad. Esta información se ampliará más adelante.

En las Asambleas Anuales de la Federación Farmacéutica Venezolana, siempre había un grupo de farmacéuticos del interior del país, que se desempeñaban como regentes de oficinas de farmacia que manifestaban la necesidad que se estableciera un proyecto donde ellos pudiesen actualizar sus conocimientos.

En la Asamblea realizada en el Estado Mérida en el año 1986, la Fundación Instituto de Mejoramiento Profesional (FIMP), de la Federación Farmacéutica Venezolana, presidida en aquel entonces por el Profesor Nelson Ferrigni, se aplicó una encuesta estructurada a los farmacéuticos asistentes a fin de determinar las necesidades de estudios de dichos profesionales. De allí surge

el Postgrado de Farmacia Comunitaria. Alianza estratégica entre FIMP y la Facultad de Farmacia de la UCV.

El 29 de mayo de 1987, se firma un convenio entre la FIMP y la UCV a través de la Facultad de Farmacia, ambas partes se comprometen en la tarea de:

impartir, con la participación de las instituciones firmantes, un programa de Educación Continua que abraque al profesional a nivel nacional, dentro del Sistema de Educación Continua para profesionales de la Farmacia, aprobada en la XXIII Asamblea Nacional de la Federación Farmacéutica Venezolana, en marzo del año 1986". (Convenio UCV-FIMP, 1987)

A través de este convenio, comienzan a impartirse cursos de ampliación en el interior de país, sin un proceso de selección rígido de los participantes como se realiza en los postgrados, dando cabida a todos los farmacéuticos que quisiesen participar. La Facultad de Farmacia era la encargada de la parte académica del proyecto, y la FIMP de todo lo relacionado a la logística y la parte económica, con la oferta de los cursos a través de los Colegios de Farmacéuticos a los farmacéuticos inscritos en el programa.

A fin de dar estructura académica de Postgrado se nombra una comisión, que estuvo integrada por el profesor Nelson Ferrigni V., Director de Postgrado de la Facultad de Farmacia de la UCV y Presidente de la FIMP, los profesores Neptalí Álvarez B., Doris Attías de Galíndez, Vanessa B. de Paris, Margarita Salazar – Bookaman, Gladys R. de Gali, y el apoyo técnico de la farmacéutica Mariela Coelho G., Secretaria Ejecutiva de la FIMP.

Estos cursos tenían todas las características que permitirían posteriormente ser acreditados al Postgrado de Farmacia Comunitaria de la Facultad de Farmacia de la UCV una vez aprobado por el Consejo Nacional de Universidades.

Cabe destacar que el postgrado después de aprobado era dictado en dos modalidades: presencial y mixta (presencial supervisada), donde los profesores viajaban a la entidad respectiva un fin de semana al mes a impartir las clases. En el año 1992, se realizaron unos cambios en el *pensum* de estudios, el cual sigue vigente. En la Tabla 1 se compara el primer y el último plan de estudio del postgrado.

Tabla I. Comparación del primer (1987) y del último (2014) plan de estudios del Postgrado de Farmacia Comunitaria

Plan de estudios de la especialización en Farmacia Comunitaria		
Período	Asignaturas	
	Año 1987	Año 2014
1 ^{ero}	Farmacocinética y Biofarmacia	Estadística
	Metodología de la Investigación Científica	Metodología de la Investigación I: Científica
	Administración	Introducción a la Computación
	Computación Aplicada	Farmacoterapéutica General
		Práctica profesional
2 ^{do}	Farmacoterapéutica I (Principios Básicos de Farmacoterapéutica; Farmacoterapéutica del dolor, fiebre e inflamación y Farmacoterapéutica de la anticoncepción, embarazo y lactancia)	Farmacoterapéutica del dolor, fiebre e inflamación y Farmacoterapéutica de las enfermedades Gastrointestinales
	Estudio Integral de Comunidades	Biofarmacia
	Farmacotecnia I	Computación Aplicada
	Técnicas Gerenciales	Seminario I
3 ^{ero}	Farmacoterapéutica II (Quimioterapia de las enfermedades infecciosas; Farmacoterapéutica de las enfermedades Gastrointestinales)	Psicotrópicos y Drogas de Abuso. Terapia Antihipertensiva. Diuréticos. Medicamentos Antiarrítmicos y Antianginosos. Farmacoterapéutica de las Enfermedades respiratorias
	Toxicología	Metodología de la Investigación II: Social
	Farmacotecnia II	Farmacotecnia I
4 ^{to}	Farmacoterapéutica III (Farmacoterapéutica de las enfermedades respiratorias. Enfermedades endocrinas, manejo y tratamiento. Trastornos dermatológicos. Drogas de uso tópico. Psicotrópicos y drogas de abuso)	Quimioterapia de las enfermedades infecciosas
	Toxicología II	Tópicos Especiales en Enfermedades de Alta Morbilidad I
	Tópicos Especiales de Legislación	Toxicología General
		Farmacotecnia II
		Seminario II
5 ^{to}	Información de Medicamentos y Tóxicos	Manejo de Paciente Ambulatorio I
	Atención Primaria	Estudio Integral de Comunidades
		Legislación
		Cuidados Primarios
		Electiva
6 ^{to}	Electivas	Terapia de los trastornos Endocrinos. Anticoncepción. Embarazo.
	Trabajo Especial	Manejo de Paciente Ambulatorio II
		Tópicos Especiales en Enfermedades Ambulatoria II
		Seminario III
		Electiva

Fuente: Archivos del Postgrado de Farmacia Comunitaria, 2014

La Facultad de Farmacia realizó en 1999 un cambio curricular en el pregrado, solapándose una parte importante de los contenidos programáticos de dicho pregrado con los conocimientos impartidos en el Postgrado de Farmacia Comunitaria, este hecho creo la necesidad de ir nuevamente al mercado para determinar las necesidades de los clientes, a fin de adaptar el producto (el postgrado de Farmacia Comunitaria) a las nuevas exigencias de este mundo tan cambiante.

Marco Teórico

El producto de estudio de esta investigación de mercado es el Postgrado “Especialización en Farmacia Comunitaria”.

Kinnear y Taylor indican que la American Marketing Association (AMA) define la investigación de Mercado como:

función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el comercializador a través de la información. Esta información se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de *marketing*; como también para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de *marketing*. (Kinnear/Taylor, 1998).

Para este estudio, el análisis de mercado debe incluir cuatro términos que son:

1. Sistemático: Organizado y planeado
2. Objetivo: Neutral y no emocional
3. Información: El propósito principal de la investigación de mercado es proporcionar información y no datos.

4. Toma de decisiones: con base en los competidores, el entorno social. (Kinneer/Taylor, op.cit).

Su punto de diferencia, único postgrado en Venezuela especializado para los farmacéuticos que laboran en Oficinas de Farmacia, dictado por la UCV.

Porter (1985) en su libro Ventaja Competitiva, sugiere que un empresario debería dividir estos procesos en actividades primarias o promesa básica, - todas aquellas que están ligadas al producto o servicio- y secundarias o promesa secundaria -aquellas actividades que apoyan a las primarias-. Estas actividades son las llamadas por Porter como actividades de valor. De su análisis se deberían obtener formas de diferenciarse de su competencia.

En el postgrado de Farmacia Comunitaria la promesa básica es capacitar al farmacéutico de la oficina de farmacia con herramientas modernas y adaptables a las circunstancias relacionadas con la salud y, su promesa secundaria es que las áreas de estudio del postgrado están pensadas para que el farmacéutico brinde apoyo a su paciente y a su comunidad.

Siendo el postgrado, un programa de estudios de la Facultad de Farmacia de la UCV, tiene la misma misión y visión. La misión es:

Formar Farmacéuticos integrales, ética, deontológica, moral y socialmente conscientes y científica y tecnológicamente capacitados para ejercer su profesión con sentido creativo, crítico y participativo, tanto en el ámbito comunitario como en cualquiera de las áreas de ejercicio profesional y que al mismo tiempo sepan cumplir eficientemente funciones de personas útiles para la vida, para el trabajo y para la

sociedad y sean capaces de actuar como factores dinámicos de transformación y de cambios positivos.

Es inherente a esa Misión primordial de la Facultad diseñar, planificar, dirigir, coordinar y ejecutar políticas y estrategias que permitan desarrollar los estudios de Farmacia en los niveles de pre y postgrado y las atinentes a los concurrentes fines de la investigación científica, de la actualización, del readiestramiento tecnológico y de satisfacción a las exigencias de los servicios de extensión universitaria relacionadas con el saber farmacéutico. (Web de la Facultad de Farmacia UCV)

La Visión es:

La Facultad de Farmacia de la UCV es una organización académica-administrativa, caracterizada por estar comprometida con la sociedad, y con la formación integral de la persona y que por su dinamismo, calidad y autonomía académica promueve la formación de recursos humanos de alta preparación y con valores morales y éticos; además constituye una organización líder que promueve la incorporación de las personas y unidades que la componen a integrarse a las actividades académicas, de investigación y extensión con miras a que la Facultad se adapte a las actuales realidades del ejercicio profesional y al país, mejore la calidad y tenga su pertinencia social". (Web de la Facultad de Farmacia, UCV).

En la tabla II, se presentan las características, beneficios y ventajas de la especialización Farmacia Comunitaria.

Tabla II: Características, beneficios y ventajas de la Especialización Farmacia Comunitaria.

Características	Beneficios	Ventajas
<p>Específico para Farmacéuticos</p> <p>Avalado por la UCV</p> <p>Dictado en Caracas e interior del país</p> <p>En la modalidad Presencial o mixta (presencial supervisado)</p> <p>En Caracas el horario es nocturno, las clases son de lunes a jueves, inter-semanal</p> <p>Un fin de semana al mes en el interior del país. Los profesores se trasladan al estado respectivo</p> <p>30 Unidades Crédito</p> <p>Profesores calificados en el área</p> <p>Obtención de título de 4to nivel como especialistas</p>	<p>Actualización de los conocimientos de los profesionales de las oficinas de farmacia</p> <p>Dictado por especialistas con amplia experiencia en la práctica profesional y docente</p> <p>Competencias adaptadas a las nuevas tendencias y realidades del área</p> <p>Estrategias adaptadas a las necesidades</p>	<p>Eleva el nivel Académico del Farmacéutico</p> <p>Enriquecimiento Profesional</p> <p>Perfeccionamiento de las aptitudes y habilidades adquiridas en pregrado</p> <p>Único Programa de Postgrado dirigido a los farmacéuticos que laboran en la Comunidad</p> <p>Cobertura Nacional</p>

Fuente los autores, 2014

El comercio de la Farmacia Comunitaria es muy competitivo, puede caracterizarse por ofrecer variados servicios al cliente, como locales muy cómodos y bien distribuidos y una extensa gama de productos; todos proporcionándole una verdadera y necesaria comodidad al paciente. No obstante, la mayoría de las veces el paciente que acude a la farmacia, desea ser atendido por un profesional. Por todo esto, el Farmacéutico como principal actor, debe estar actualizado, para colaborar de forma eficiente con las necesidades de la comunidad y como estrategia competitiva del negocio.

A través de la investigación se emplearon varias herramientas gerenciales de análisis , tales como, DOFA, Porter, la jerarquización de las necesidades de Maslow, que permitieron establecer algunas recomendaciones en base a los resultados obtenidos, ubicando al farmacéutico como principal actor para una actualización de conocimientos a través de un programa de postgrado adaptado a sus necesidades reales, que pudiesen dar como resultados mejores estrategias competitivas para ese profesional que labora en las oficinas de farmacia, tanto tradicional, como de cadena, representando una propuesta de valor que beneficie tanto a la farmacia como negocio, como a los pacientes.

Según Villacorta M., en su libro “Introducción al Marketing Estratégico” 2010, el análisis DOFA, es una metodología para enseñar la situación competitiva de una organización, mediante el análisis del entorno y sus características internas. Se trata de construir una matriz donde se identifiquen las debilidades, amenazas oportunidades y fortalezas que afectan a la empresa o servicio.

El objetivo de esta metodología es identificar las variables del entorno, tanto internas como externas, que permitan reconocer aquellos elementos susceptibles de afectar a la empresa o servicio, para servir a sus mercados y establecer acciones que le proporcione una ventaja competitiva. (Villacorta, 2010).

En la Tabla III se presenta el análisis DOFA de la especialización de Farmacia Comunitaria

Tabla III: DOFA de la Especialización Farmacia Comunitaria

Debilidades	Fortalezas	Amenazas	Oportunidades
<p><i>Pensum</i> no acorde con el cambio curricular en el pregrado de la UCV</p> <p>Poca promoción y publicidad de los Postgrados</p> <p>Inseguridad en el país y en la UCV</p> <p>El nombre del postgrado no comunica sus beneficios.</p>	<p>Flexibilidad en el horario</p> <p>Personal docente altamente calificado</p> <p>Buen conocimiento del mercado de los consumidores</p> <p>Disponibilidad de los docentes de viajar</p> <p>Cobertura Nacional</p>	<p>Poca cultura de actualización de los farmacéuticos</p> <p>Los grandes empleadores no otorgan los permisos correspondientes para la realización de los estudios</p> <p>Los profesionales que laboran en farmacia deben invertir mucho tiempo en sus actividades y no tienen tiempo para asistir a clases</p> <p>Con la obtención del título de 4to nivel no obtengo mayor remuneración en la empresa</p> <p>Inseguridad en el país y dentro de la Universidad</p> <p>Costos del traslado de los profesor al interior del país</p>	<p>Aproximadamente el 80% de los egresados en Farmacia laboran en Oficinas de Farmacia</p> <p>Los laboratorios están comenzando a invertir en los farmacéuticos que trabajan en oficina de farmacia</p>

Fuente: Los Autores, 2014

Los Farmacéuticos Morales, M.; González, V.; De La Hoz, V. en su trabajo titulado “Diseño de un Modelo Gerencial Estratégico dirigido a Farmacias Independientes a fin de contribuir en su competitividad y éxito” (2011), manifiestan que:

para muchas personas una empresa de éxito es aquella que sencillamente se adapta con rapidez a los cambios del entorno en donde se desarrolla, aunque hay que aceptar que en el ámbito nacional, una empresa que se mantiene activa ya es una empresa de éxito. (Morales, González, De La Hoz. 2011)

Declaran también, que las empresas se quedan sin espacio para crecer, por lo que necesitan reinventarse o actualizarse de manera constante.

Cabe preguntarse ¿de cuáles estrategias podría valerse la Facultad de Farmacia específicamente la Especialización de Farmacia Comunitaria para diferenciarse y lograr ese *plus* que permita incrementar la disposición de los farmacéuticos a realizar el Postgrado?

Porter (1980) considera que uno de los objetivos estratégicos más significativos y al que debe aspirar cualquier empresa o servicio es alcanzar una ventaja competitiva.

En su modelo Porter (1980, op cit.) indica que las empresas disponen de dos estrategias genéricas: costos y diferenciación. Según él, las empresas exitosas normalmente compiten sobre la base de alcanzar costos más bajos o sobre la base de la diferenciación.

Alcanzar una ventaja competitiva se reduce a generar la mayor diferencia posible entre la disposición a pagar del consumidor (farmacéutico) para disfrutar de los beneficios del servicio (postgrado). Se puede decir, que la matrícula de los estudios de postgrado en la UCV, están por debajo de los precios del mercado de todos los demás entes que ofrecen este tipo de estudios a nivel nacional. Además del prestigio de la UCV, la gente compra por la relación calidad–costo.

Las estrategias genéricas de diferenciación utilizan las capacidades, la estructura organizativa, la cultura corporativa y el estilo de liderazgo necesarios para establecer una estrategia de costos bajos, las cuales resultan atractivas para las empresas ya que proporcionan al farmacéutico un servicio por el que estén dispuestos a pagar.

La capacidad de una empresa en obtener la ventaja competitiva reside en el análisis de los procesos que ésta lleva a cabo para producir un bien o dar un servicio.

Es fundamental que una empresa tenga claro: con quién y cómo se compete, qué hay que hacer para superar la competencia y qué nuevas oportunidades pueden ser explotadas en negocios donde la rivalidad sea menor. Para ello, es fundamental conocer las tendencias de los mercados actuales para aprovechar las oportunidades y prepararse mejor para enfrentar las amenazas.

Cualquier investigación debe conocer las necesidades reales de los clientes, su forma de pensar y la actitud frente a la búsqueda de soluciones a sus necesidades y aspiraciones. La información obtenida, luego de ser analizada y procesada, debe traducirse en conocimiento de tipo estratégico para la gerencia.

Una vez definidas las necesidades del cliente y antes de desarrollar un producto o servicio para satisfacerlas, se deben establecer los pasos adecuados de planificación, organización e implementación.

Las necesidades del cliente deben ser escuchadas para establecer estrategias que puedan satisfacerlas, según Maslow, en su libro "Motivación y Personalidad" comenta que "Una vez satisfechas las necesidades primarias fisiológicas, surgen otras que dominan. Cuando las necesidades primarias fisiológicas están relativamente bien atendidas, surge luego un nuevo conjunto de necesidades"... (Maslow, 1991). Dentro de esas necesidades se encuentran las necesidades de seguridad, de autorrealización, entre otras.

Otro aspecto a tener en cuenta en la investigación, es que para dar a conocer un producto, es muy importante la publicidad.

González (2011) en su investigación "Influencia de los comerciales en la percepción de la imagen y actividades del farmacéutico en la oficina de farmacia", revela que "en Venezuela, el sector farmacéutico es uno de los sectores con mayores expectativas de crecimiento a nivel mundial", por lo que se puede presumir que es un mercado en muy competitivo. Continúa diciendo González que "es innegable la importante participación de la publicidad en un amplio sector de la industria farmacéutica, estimulando la demanda de bienes y servicios relacionados a ella. De este hecho no escapan las cadenas de farmacias distribuidas a lo largo de la geografía nacional".

El estudio del mercadeo se ocupa de identificar las necesidades del consumidor y satisfacerlas, la publicidad de un bien o servicio, debe realizarse para mejorar la satisfacción del consumidor y de la sociedad. Este concepto, enmarcado en

el mercadeo social y relacional, pide a las organizaciones que se incluyan consideraciones éticas en sus prácticas publicitarias. (Kotler y col., 2000).

Al instante de realizar campañas publicitarias, la estrategia de medios debe establecer cuatro (4) objetivos como son:

1. **Alcance.** ¿A Qué parte del público meta se quiere que le llegue el mensaje?
2. **Frecuencia.** ¿Cuánto tiempo el mercado meta debe estar expuesto al mensaje?
3. **Tiempo.** ¿Cuál es la mejor época para hacer llegar al mercado meta el mensaje?
4. **Costos.** ¿Cuál es el camino menos costoso para lograr los objetivos?
(Hoffman, D. y col. 2007).

El presente trabajo no pretende realizar la reestructuración del Postgrado de Farmacia Comunitaria, sino, conocer cuáles son las necesidades de estudios de cuarto nivel de los farmacéuticos que laboran en las oficinas de farmacia. Así mismo, se intenta obtener datos que permitan inferir, qué competencias necesita el farmacéutico para aumentar su caja de herramientas profesional.

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

Tipo de investigación

Se realizó un estudio de diseño no experimental, que según Sampieri y col., “es aquel estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural después de analizarlos”. De carácter exploratorio, pues no hay una idea clara y precisa sobre el problema. Descriptivo y de campo, debido a que se especifican propiedades, características y rasgos importantes y describe las tendencias del grupo a estudiar. Debido a que se recolectaron los datos en un solo momento, es transversal. La zona geográfica elegida es el área Metropolitana de Caracas. (Sampieri y col., 2007).

Para cumplir con los objetivos planteados en la investigación, se preparó y aplicó una encuesta estructurada, conformada por 20 preguntas cerradas y de selección múltiple (anexo II) a los estudiantes del último año de la carrera de farmacia de las universidades ubicadas en la zona de estudio y, a los farmacéuticos del área Metropolitana de Caracas que laboran en oficinas de farmacia.

Además, se solicitó a los grandes empleadores del ramo, el perfil del profesional farmacéutico requerido por la empresa. Con estos instrumentos se

obtuvo información sobre los tópicos expresados en los objetivos específicos y además se establecieron las conclusiones y recomendaciones que surgieron del presente estudio.

La encuesta fue sometida a revisión por parte de un grupo de expertos y se realizó una prueba piloto a un pequeño grupo de estudiantes y farmacéuticos, con la finalidad de eliminar defectos de contenido y/o de forma, así como, evaluar la posibilidad de incluir o eliminar preguntas (Abascal, 2005). Es de hacer notar, que las encuestas de la prueba piloto no fueron incorporadas como parte de la muestra.

Población y muestra

La población fueron todos los farmacéuticos y estudiantes del último año de la carrera de farmacia de las universidades del área Metropolitana de Caracas.

Determinación del tamaño de la muestra n:

$$n = Z^2 (p \cdot q) / e^2$$

n = Tamaño de la muestra

Z_{90} = error estándar asociado (1,28)

p = 50

q = 50

e = error deseado 5%

Obteniéndose el siguiente resultado para un nivel de confianza del 90% y un error deseado de 5%.

La muestra ajustada es de 163,8, en números enteros 164 encuestados.

Sin embargo la muestra estuvo conformada por 258 personas que aceptaron colaborar. Los resultados en el análisis están basados en una muestra de 255 personas, de las cuales 158 eran farmacéuticos y 97 estudiantes. Las 3 encuestas restantes se desecharon por tener en sus respuestas juicios de índole político y ético, por lo que los investigadores optaron por no tomarlas en consideración.

Las encuestas fueron auto-administradas, los investigadores entregaron los cuestionarios a los farmacéuticos y estudiantes para que lo llenaran, una vez concluido el proceso se procedió a recoger dicho instrumento. Se eligió el período comprendido entre los meses de julio a septiembre de 2014, período que coincidió con la realización de la Asamblea Anual de la Federación Farmacéutica Venezolana, realizada en Margarita, Estado Nueva Esparta. Debido a que el Postgrado de Farmacia Comunitaria de la Facultad de Farmacia de la UCV, tiene alcance en todo el territorio nacional, se aprovechó la oportunidad para aplicar la encuesta a los asistentes y así conocer las necesidades de los farmacéuticos de otras regiones, con la finalidad de tener una visión a nivel nacional.

Con el propósito de facilitar el manejo de los datos provenientes de las encuestas y su análisis, se elaboró y programó una base de datos en formato Excel. La presentación de dichos datos, se hizo mediante el uso de tablas y gráficos.

Fases del Trabajo

La investigación se dividió en fases para facilitar la realización del estudio.

Fase 1

- Preparación, evaluación e impresión de la encuesta

Fase 2

- Validación de las encuestas
- Aplicación de las encuestas, recolección y tabulación de los datos obtenidos

Fase 3

- Análisis y discusión de los Datos

Fase 4

- Conclusiones y Recomendaciones.

CAPÍTULO IV

Análisis y Discusión de Resultados

A continuación se presentan los resultados obtenidos con la aplicación del instrumento (encuesta), dirigido a farmacéuticos y estudiantes del último año de la carrera de farmacia, en el área Metropolitana de Caracas, a fin de investigar cuál es la necesidad de estudios de cuarto nivel de los farmacéuticos que laboran en la oficina de farmacia.

Se analizaron los datos en tres fases. La primera fase muestra los datos obtenidos para cada pregunta, se efectuó un análisis básico de los mismos. En una segunda fase, se realizaron los cruces, creando relaciones entre ciertas preguntas de la encuesta a fin de averiguar en mayor profundidad las opiniones emitidas por los encuestados. En la tercera, se evaluaron los perfiles de cargo empleado por cada uno de los empleadores y se determinaron las necesidades de esos entes.

Fases de Análisis I

A continuación se presentan y analizan los datos obtenidos de las encuestas, presentándolos en orden secuencial.

Los objetivos de la investigación expresan, tácitamente, que la delimitación geográfica del estudio, es el “área Metropolitana de Caracas”. Sin embargo, debido a que las investigadoras tuvieron la oportunidad de asistir a la Asamblea

Nacional de la Federación Farmacéutica, celebrada en julio del 2014, en la Ciudad de Porlamar, Estado Nueva Esparta, se obtuvo la aceptación de los asistentes a dicho evento anual y se aplicó la encuesta. Además se consiguió el aval para aplicar la encuesta a los estudiantes de farmacia de la USM, núcleo Puerto La Cruz. Los estudiantes de la ULA, se encontraban en su periodo vacacional, por lo que no fue posible aplicar la encuesta en una muestra de esta población. Se consideró importante el poder conocer la opinión de los farmacéuticos a nivel nacional, debido a que pueden dar valor agregado a la investigación.

Las primeras variables estudiadas fueron la edad y el sexo. Los resultados en porcentaje se pueden observar en la Tabla IV.

Tabla IV: Encuestados según rango de edad y sexo. n=255

Rango de edad	Femenino		Masculino		NS/NC	
	N	%	N	%	N	%
15 de 25	61	24%	16	6%	15	6%
26 de 35	41	16%	15	6%	6	2%
36 de 45	24	9%	5	2%	1	0%
46 de 55	31	12%	8	3%	2	1%
Más de 56	24	9%	6	2%	0	0%

Fuente: Datos propios. Basado en el número total de casos.

El mayor porcentaje de los encuestados se encuentra dentro del rango de 15 a 25 años, esto es debido a que se encuestó a los estudiantes del último año de la carrera de farmacia de las universidades que dictan dicha profesión en el Distrito Metropolitano de Caracas es decir UCV y USM, que en su mayoría son personas menores de 25 años. Sin embargo, como se especificó anteriormente,

en la Asamblea de la Federación Farmacéutica Venezolana se contactó a la Farmacéutica Candelaria Díaz, profesora de la USM sede Puerto La Cruz, Estado Anzoátegui; quien amablemente manifestó su interés de colaborar con la investigación. La profesora entregó a su estudiantes la encuesta para que respondieran el instrumento, posteriormente lo envió por correo especial a los investigadores. En la USM sede Caracas, los investigadores aplicaron la encuesta en el horario de clases de la profesora Edith Graffe y, a los estudiantes de la UCV se entregaron las encuestas a todos los estudiantes que se pudo encontrar en los pasillos de la Facultad de Farmacia.

Es de hacer notar que, de acuerdo al registro de inscritos, por tradición del 70 al 80% de las personas que estudian la carrera de Farmacia son de sexo femenino.

Al clasificar las encuestas tomando en cuenta el sexo de los entrevistados, se obtuvieron los resultados mostrados en el Gráfico1.

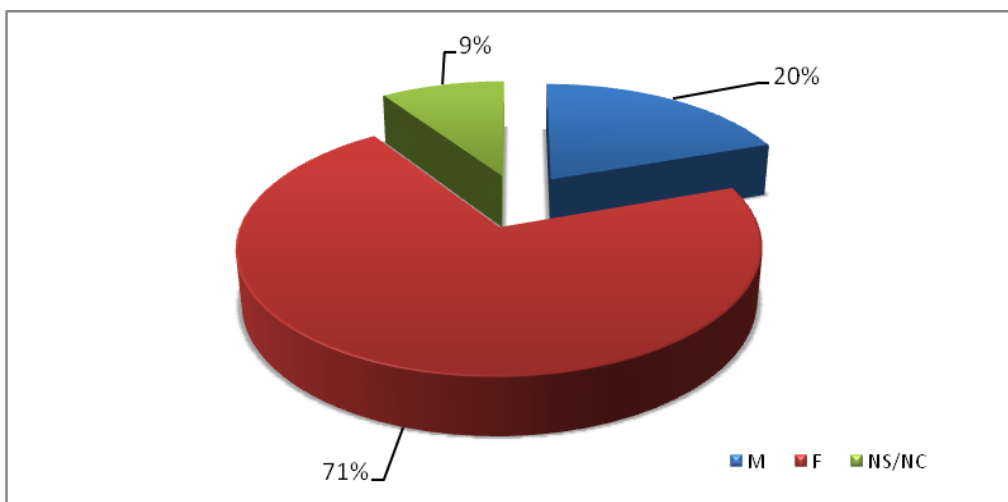


Gráfico 1. Encuestados según su sexo n=255.

Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

Los datos obtenidos, indican que en la muestra seleccionada la población de ambos sectores están representadas, 71% del sexo femenino, 20% del masculino y el 9% de la muestra respondió no sabe/no contesta (Ns/Nc). Estos datos corresponden a lo que históricamente se observa en la proporción de las personas de sexo femenino y masculino que estudian la carrera de Farmacia.

En relación a la zona donde habita, al momento de tabular las encuestas, se procedió a enmarcar los estados en regiones, según lo estudiado en la asignatura de Mercadeo IV “Canales de Distribución”. (Pérez, 2014)

Tabla V: Encuestados según área donde vive n=255.

Región	Encuestados
Andina	1
Distrito Metropolitano	185
Central	7
Central – Occidental	4
Guayana	3
Insular	4
Llanos	1
Nor – Oriental	26
Sur – Occidental	5
Zulia	8
NS/NC	11

Fuente: Datos propios. Basado en el número total de casos.

Se observa claramente que el target primario pertenece al Distrito Metropolitano de Caracas, dando prioridad a los objetivos de la investigación. El Target secundario pertenece a la región Nor-Oriental, se debe recordar que se aplicó la encuesta en la USM sede de Puerto la Cruz. Se pudiesen realizar alianzas estratégicas con dicha universidad, a fin de incrementar el número de inscritos en los distintos postgrados.

La encuesta fue aplicada a 158 farmacéuticos y 97 estudiantes. La representación porcentual está representada en el Gráfico 2.

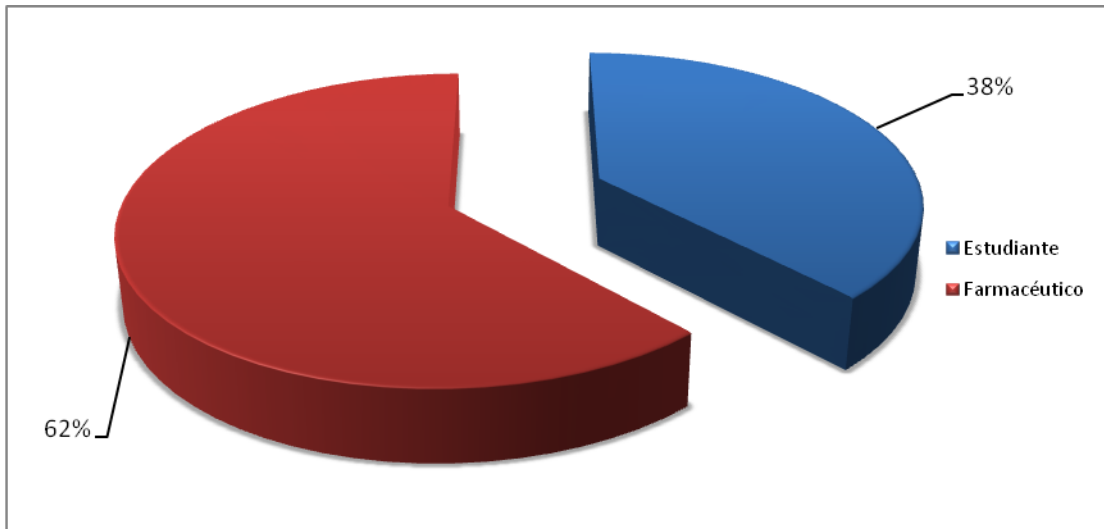


Gráfico 2. Nivel Académico de los encuestados n=255.
Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

Se procedió a verificar las universidades en las cuales estudian o estudiaron, los encuestados arrojando el resultado que se observa en el Gráfico 3.

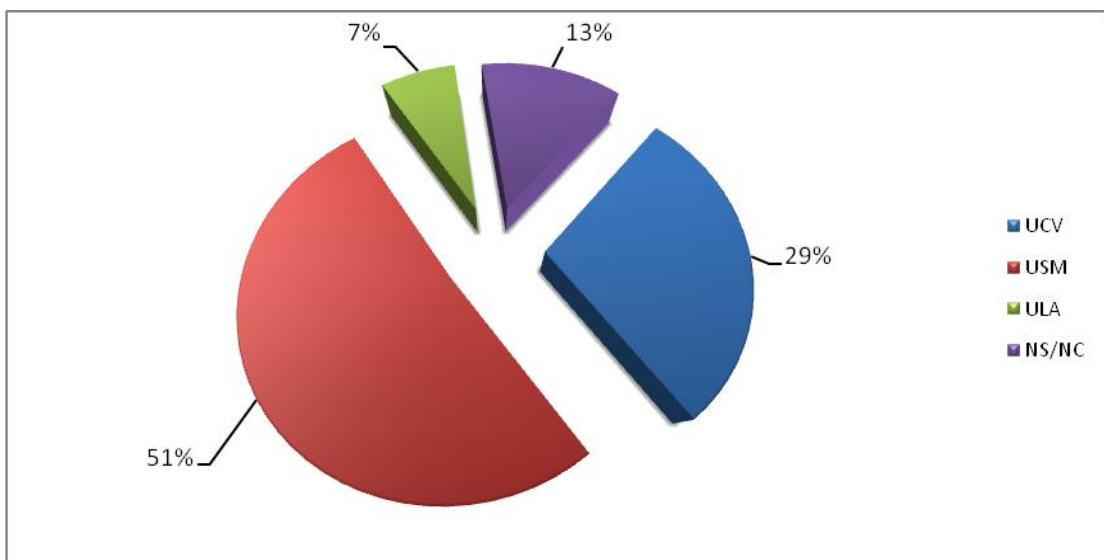


Gráfico 3. Universidad donde estudió(a) n=255.
Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

Cabe destacar que el porcentaje tan elevado de encuestados de la USM, es debido a que se logró que todos los estudiantes del último año, de las Sedes de Caracas y Puerto La Cruz, contestaran la encuesta. Más adelante se grafica en forma discriminada, los resultados obtenidos de estudiantes y farmacéuticos. Se puede inferir de esta situación, que los estudiantes de la USM se encontraban todos en un salón de clases, mientras que los de la UCV, durante el quinto año se encuentran realizando menciones y no tienen un sitio específico donde encontrarlos a todos en un mismo instante.

La otra información solicitada en la encuesta fue el año de graduación de los profesionales farmacéuticos. Aunque se obtuvo data detallada del año de graduación, a fin de facilitar la representación gráfica, los investigadores decidieron agruparlos en dos períodos, antes del cambio curricular realizado en la Facultad de Farmacia de la UCV y, después del cambio curricular. En la muestra había farmacéuticos que se graduaron en 1957, por esta razón se tomó como primer período de 1957 a 1998, y el segundo período fue de 1999 a 2014, debido a que en 1999 comienza la aplicación del nuevo *pensum* en la Facultad de Farmacia de la UCV.

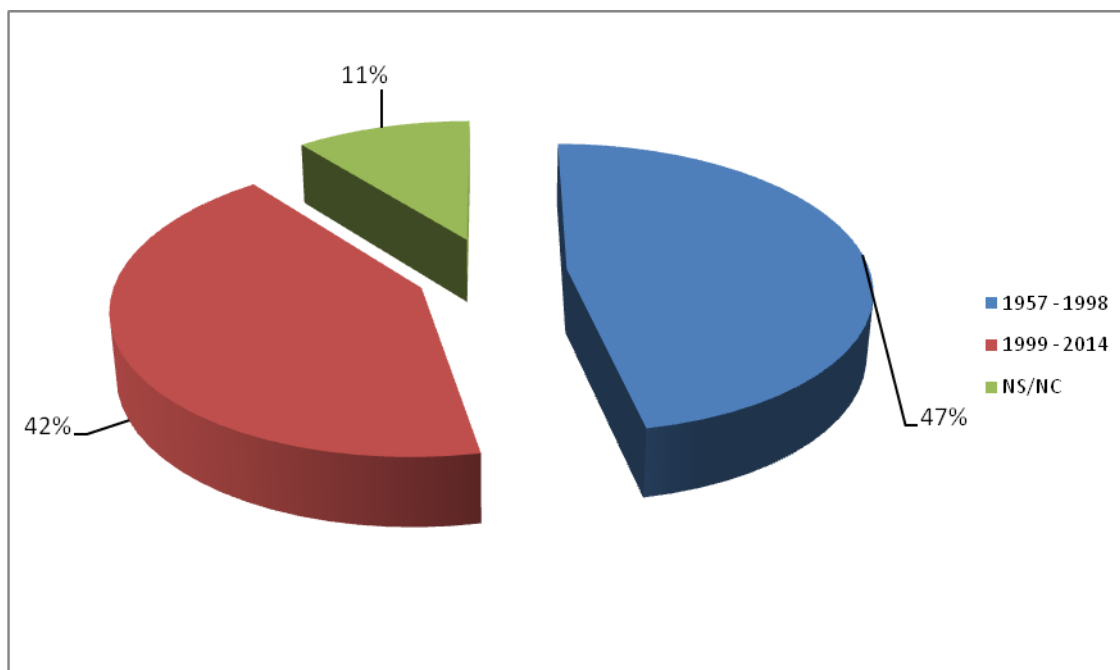


Gráfico 4. Farmacéuticos graduados antes y después del cambio curricular n=158.

Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

En el año 1999, la UCV realizó un cambio en el currículo de la carrera. Dicho cambio forma un profesional más centrado en el paciente que en el medicamento, lo que marcaría un hito en la enseñanza moderna de la profesión. En la pregunta realizada en relación al año de graduación, se procedió a clasificar a los graduados en antes y después de dicho cambio. Después de analizar las encuestas se observa que el 47% de los encuestados obtuvieron su grado antes del cambio curricular, el 42% se graduaron después de la ocurrencia del mismo. Los resultados obtenidos en esta investigación, pueden ser tomados en consideración al momento de realizar los cambios necesarios en el Postgrado de Farmacia Comunitaria, debido a que se obtuvo opinión de farmacéuticos y estudiantes de distintas épocas y universidades.

Al analizar los datos en función a dónde trabajan los encuestados. Del total de personas participantes en el estudio (255), se encontraron los resultados que se presentan en el Gráfico 5.

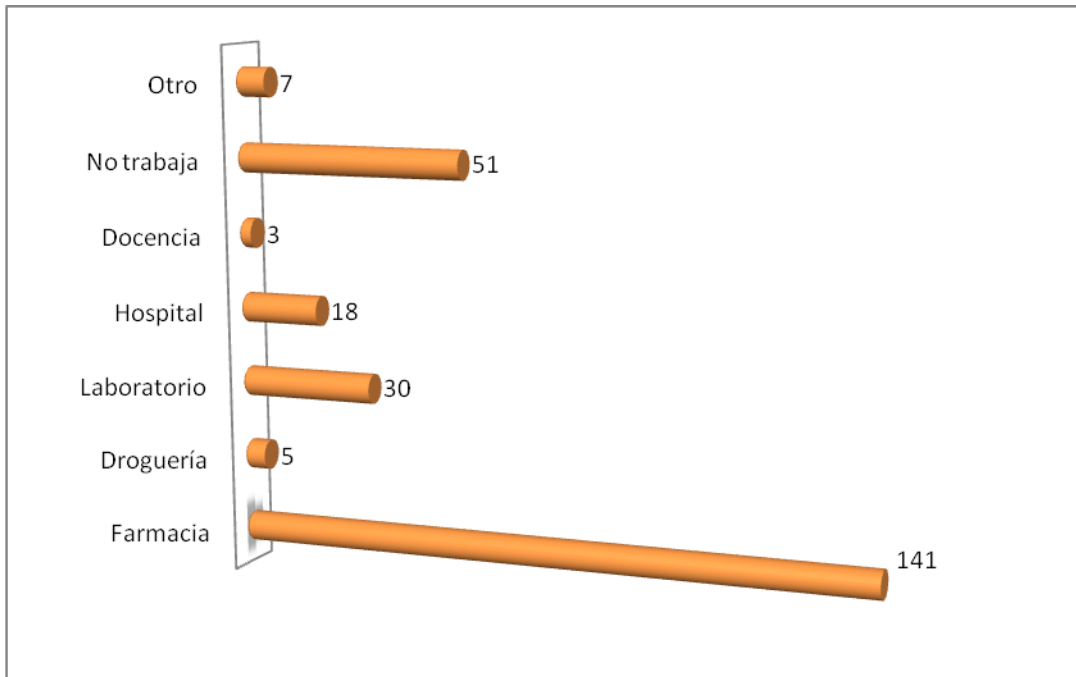


Gráfico 5. Lugar donde trabaja. n=255.
Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas.

Se observa que el mayor número de encuestados laboran en oficinas de farmacia (55%), el siguiente ítem con mayor proporción de encuestados es el de las personas que aún no trabajan (20%), es lógico suponer, que si la muestra está conformado también por estudiantes, pudiesen ser ellos los que no trabajan.

En la investigación se planteó la interrogante en relación a cómo consideraban los encuestados los conocimientos impartidos en el pregrado, esto en relación a

si eran suficientes para su desempeño como profesionales. Los resultados obtenidos se exponen en el Gráfico 6.

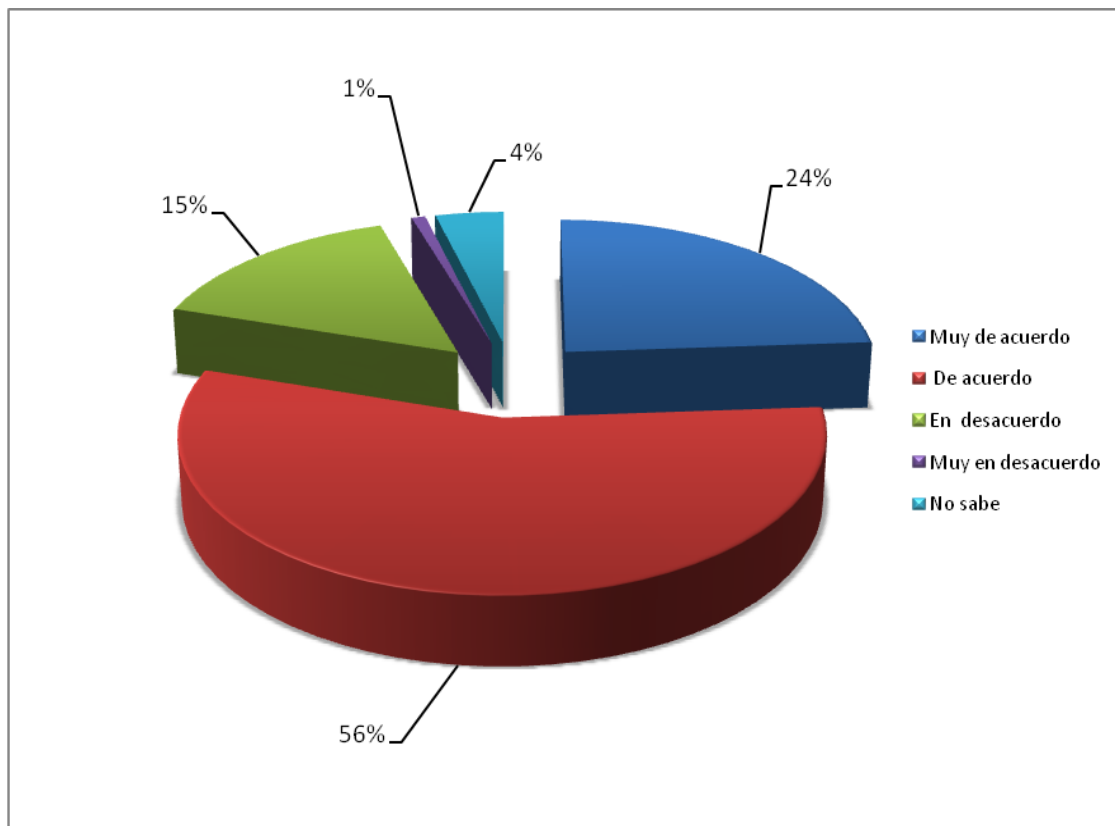


Gráfico 6. Conocimientos impartidos durante el pregrado n=255.

Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

Se observa que el 80% de los encuestados manifiestan que están de acuerdo o muy de acuerdo con los conocimientos adquiridos en su pregrado y que el 20% restante están en desacuerdo, muy en desacuerdo o no sabe.

Cuando se solicitó que justificaran sus respuestas, siendo ésta una pregunta abierta, las mismas se analizaron y posteriormente se procedió a clasificarlas, obteniéndose los resultados que se presentan en el Gráfico 7.

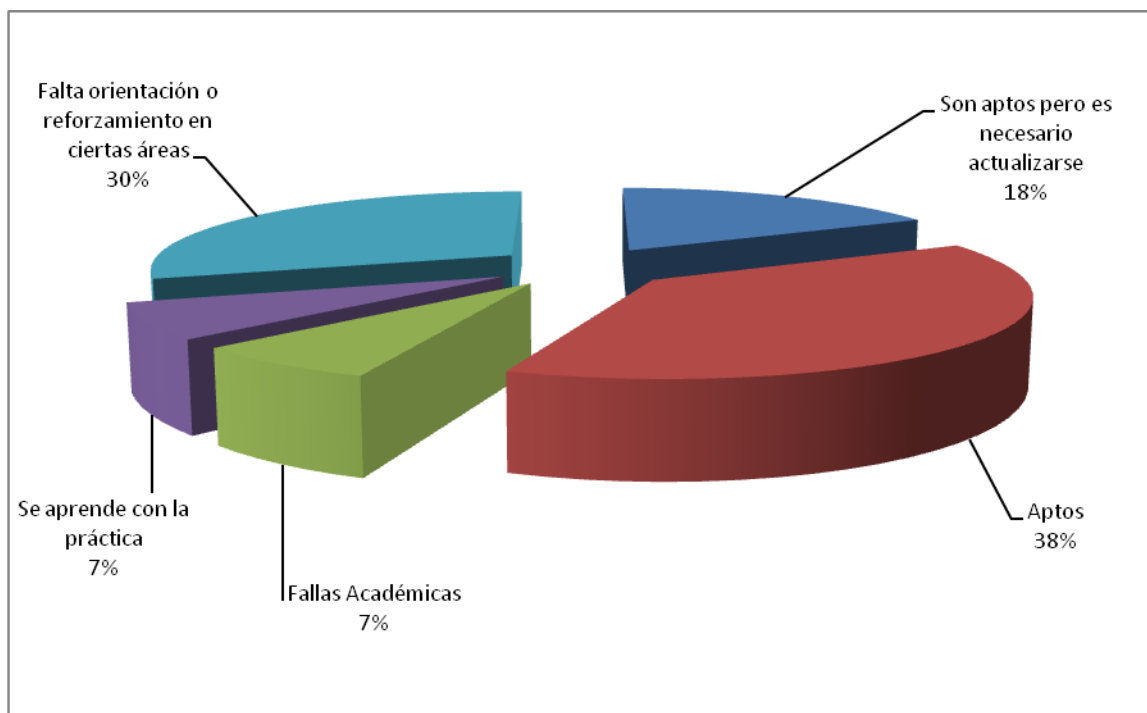


Gráfico 7. Justificación de los Conocimientos impartidos durante el pregrado. n=255.

Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

EL 38% de los encuestados manifestaron que los conocimientos adquiridos durante sus estudios de pregrado eran aptos. Sin embargo, un 30% declara que falta “orientación o reforzamiento en ciertas áreas”, dentro de la muestra hay personas que estudian o estudiaron en las distintas universidades del país, cuyos *pensum* de estudios no son exactamente iguales, como se presenta en el anexo I. Por lo tanto, al llegar al campo laboral y dependiendo del área donde se ejerza, ese profesional puede encontrar ciertas dificultades. Debido a que el ejercicio profesional es extenso, requiere que el farmacéutico posea conocimientos específicos, adecuados a cada área donde labore. Posteriormente se reflejará la opinión de dichas personas.

El 18% de los encuestados manifiestan que son aptos pero que es necesario actualizarse. Cada día se requieren de profesionales, con habilidades, destrezas y conocimientos integrales, no es suficiente obtener un título universitario, es necesario actualizarse constantemente para diferenciarse y ser cada vez más competitivo y atractivo para la empresa donde se labora.

En el Gráfico 8 se presentan los resultados obtenidos al consultarle a los encuestados sobre si conocían los postgrados que dicta la Facultad de Farmacia de la UCV.

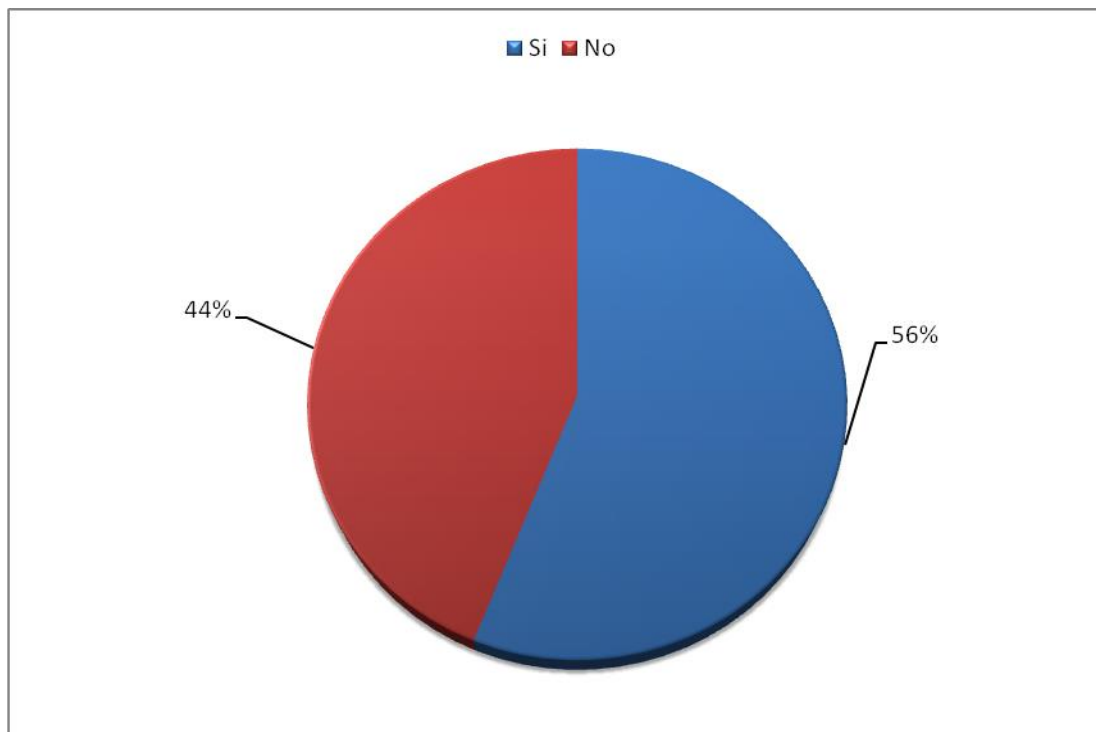


Gráfico 8. Conoce los Postgrados de la Facultad de Farmacia de la UCV n=255.

Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

Se puede decir que existe una proporcionalidad entre los que conocen (143) y los que no (112), la diferencia es solamente 31 personas.

Fue importante para la investigación conocer por cuál medio obtuvo la información de los postgrados el encuestado que los conocía. Los resultados se presentan en el Gráfico 9.

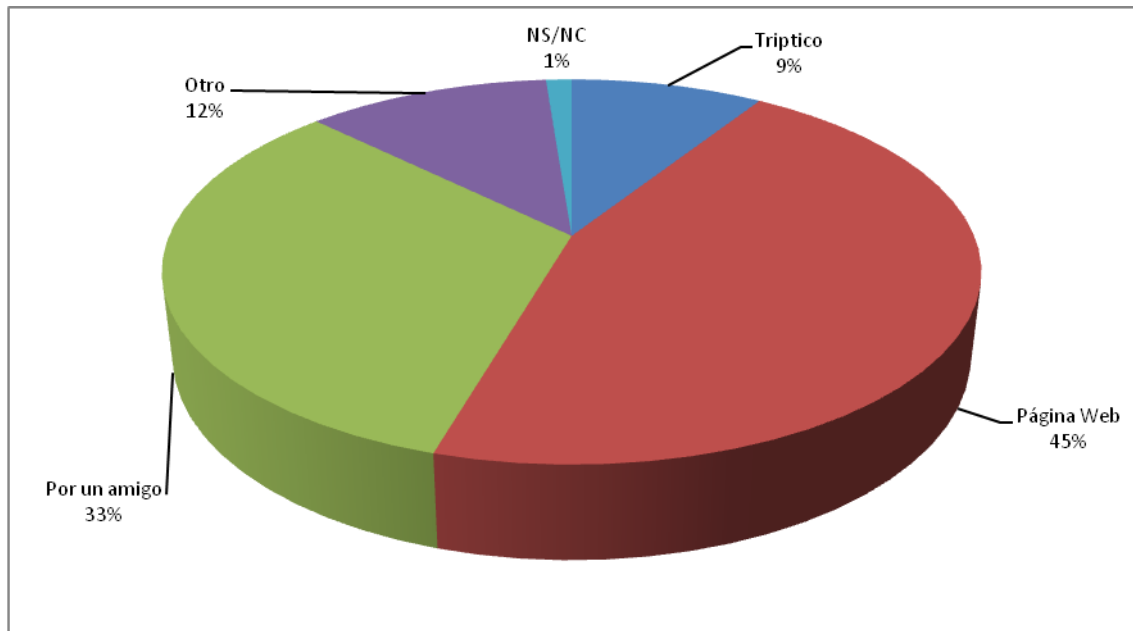


Gráfico 9. Medios donde obtuvieron información de los Postgrados de la Facultad de Farmacia UCV, n=175. Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

Para contestar esta pregunta los encuestados tenían la posibilidad de seleccionar más de un ítem, obteniéndose un total de 175 respuestas, de las 143 personas que si conocen los postgrados.

Los resultados indican que sólo el 9% (15/143) de los encuestados conocían la existencia de los postgrados a través de trípticos, por lo que se pudiese concluir que la publicidad por este medio no es la más efectiva para hacer llegar la información. Se podría proponer buscar otros canales de promoción, a fin de que lleguen más al cliente, evitando de esta manera pérdida de dinero y esfuerzos.

El 45% lo conoció a través de la Web, este medio digital tiene un impacto positivo, debido a que muchas personas acceden de forma fácil, rápida y su costo es relativamente bajo. El 33% se enteró por un amigo, lo que refleja que la comunicación de persona a persona es efectiva.

Un 12% de los encuestados manifestaron conocer los postgrados por otros medios, esta relación se presenta en el Gráfico 10.

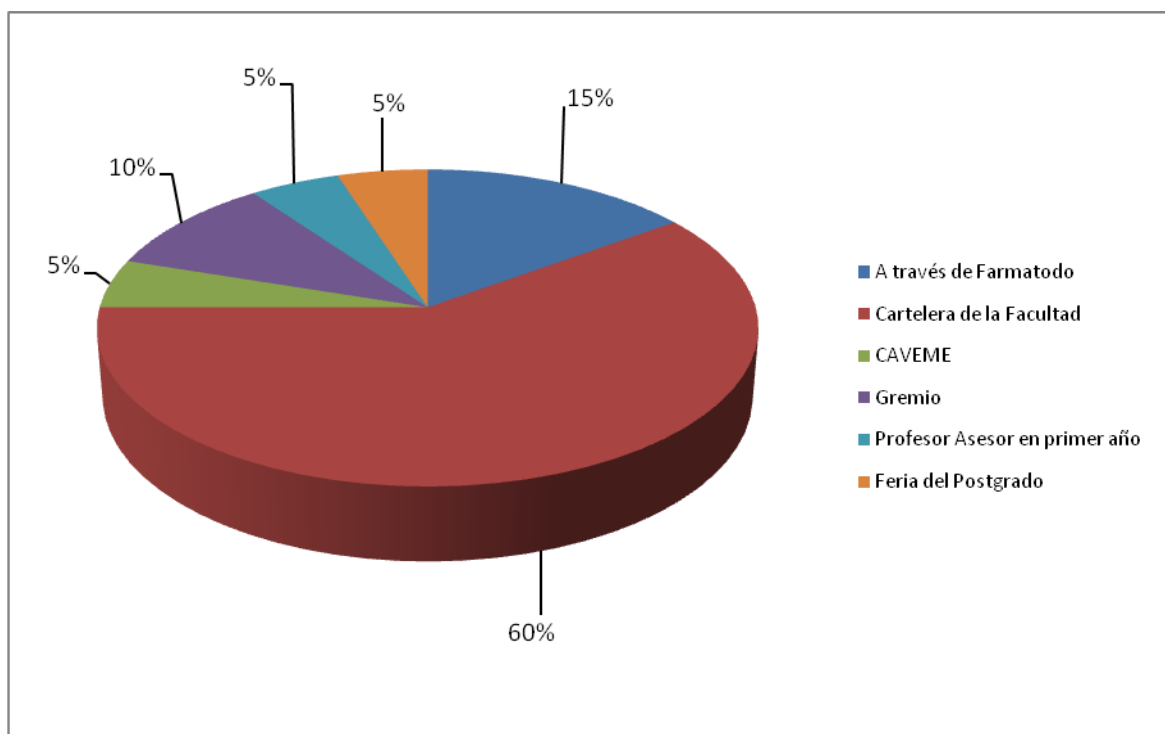


Gráfico 10. Otros medios donde obtuvieron información de los Postgrados de la Facultad de Farmacia UCV, n=20/175.

Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

Podemos deducir, que para este grupo, lo más efectivo es la cartelera de la Facultad con un 60%. Las ferias de postgrado que se realizan en la Facultad de Farmacia, cuyo objetivo es difundir los distintos postgrados, solamente obtuvo

5%. Se puede conjeturar que esta actividad no está dando los resultados esperados.

Se indagó en la encuesta sobre el grado de interés de los participantes en la investigación de realizar estudios de cuarto nivel. Las respuestas se reflejan en el Gráfico 11.

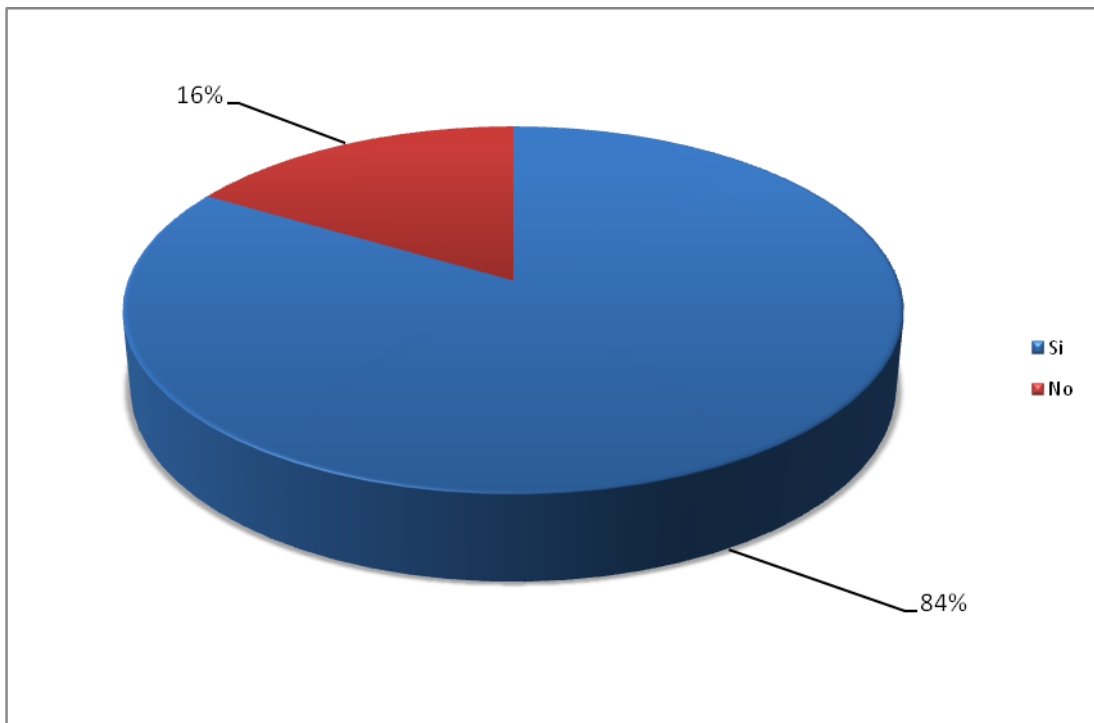


Gráfico 11. Interés de los encuestados en cursar Postgrados de la Facultad de Farmacia UCV, n=255. Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

Se evidencia que el 84% de los encuestados están interesados en cursar estudios de cuarto nivel. Posteriormente se verán cuáles son las razones que tienen ese 16% para no querer cursar estudios de postgrado.

En el Gráfico 12, se presentan los resultados a la pregunta ¿qué lo motivaría a realizar estudios de cuarto nivel?

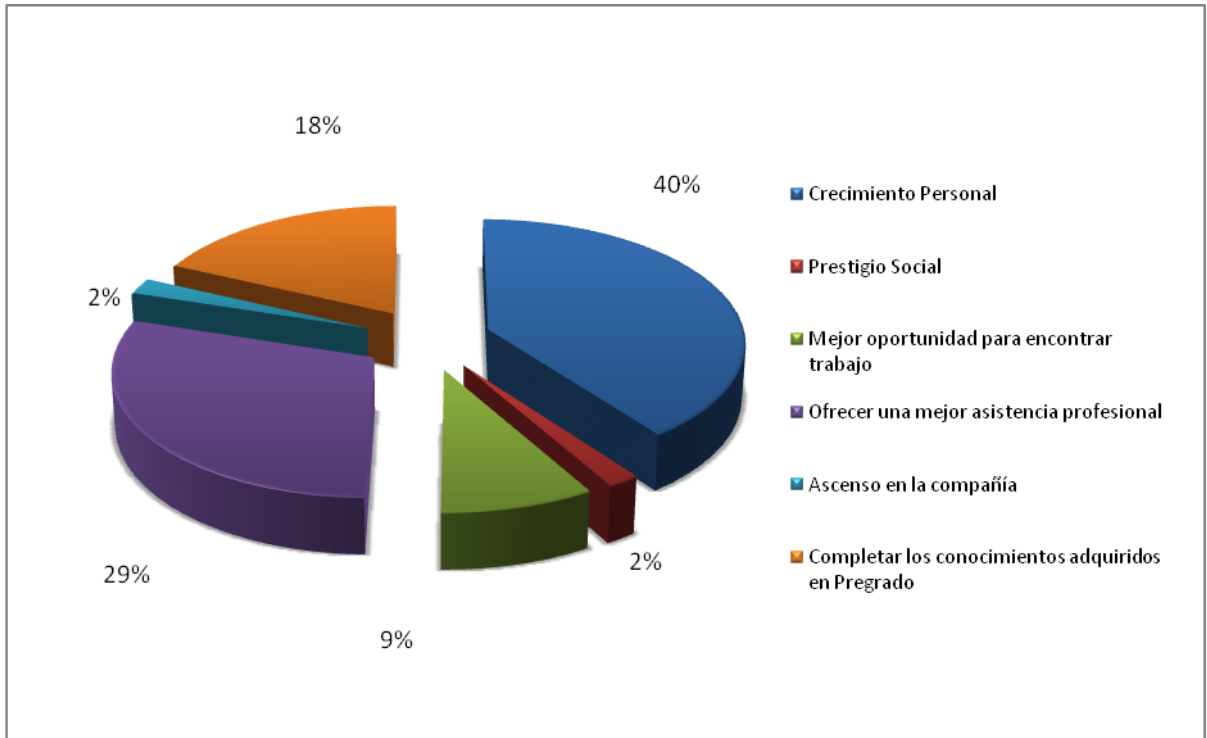


Gráfico 12. ¿Qué lo motivaría a cursar estudios de cuarto nivel?, n=255.

Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

Los hallazgos presentados pueden explicarse a través de la teoría de la motivación, la “jerarquía de necesidades” de Abraham Maslow (1991), que establece que todo ser humano posee cinco grupos de necesidades, las cuales deben ser cubiertas, en forma escalonada, para poder pasar a un nivel superior.

En la encuesta, el ítem con el mayor porcentaje fue crecimiento personal (40%), que corresponde dentro de la escala de la pirámide de Maslow, a la necesidad de autorrealización. El 18% de los encuestados, manifestaron que era para complementar los conocimientos de pregrado, se debe recordar, los datos del Gráfico 7, donde 30% de los encuestados manifestaron la necesidad de reforzar los conocimientos del pregrado. Esto también es una necesidad de autorrealización, la cual podría traducirse de crecimiento y autosatisfacción.

Por otro lado, 29% de los encuestados manifestaron que era para “ofrecer una mejor asistencia profesional”, que siguiendo a Maslow quedaría enmarcada dentro de la necesidad de afiliación, esa necesidad del ser humano a relacionarse y ser parte de una comunidad.

El 13% restante de los encuestados, manifiestan que “quieren un mejor trabajo”, “ascenso en la compañía” o “prestigio social”, se puede clasificar en la pirámide dentro de las necesidades de seguridad.

Recuerde el lector que solo el 16% de los encuestados manifestaron su negativa a realizar estudios de cuarto nivel en la Facultad de Farmacia de la UCV, Gráfico 13.

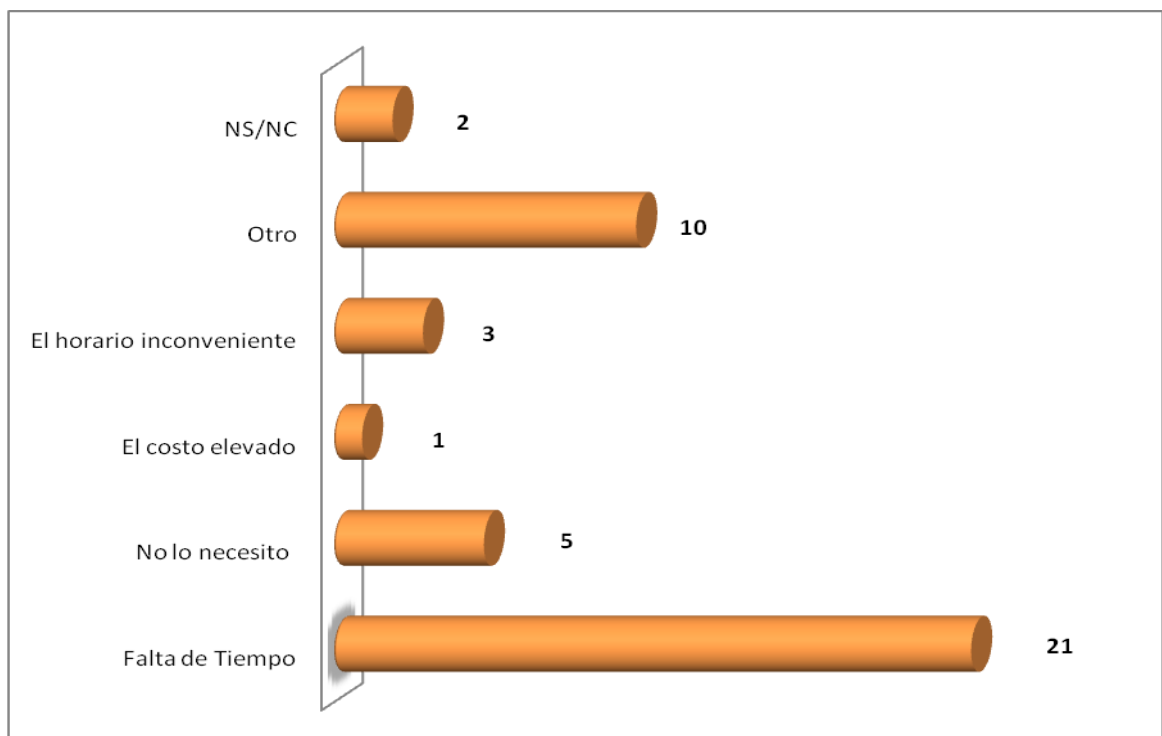


Gráfico 13. Razón por qué no quieren realizar postgrado en la Facultad de Farmacia de la UCV n=42/255. Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas

El motivo principal es la falta de tiempo (50%), se podría inferir que el trabajo de la oficina de farmacia es muy demandante, el farmacéutico debe realizar la atención al consumidor, dispensando los medicamentos y dando toda la información necesaria al paciente (Ley de Medicamentos, 2000), llevar la administración, revisar todo lo relacionado con la gestión del medicamento, manejar el personal, entre otras.

EL 24% de los encuestados que no deseaban cursar postgrados tienen otras razones, las cuales se pueden observar en el Gráfico 14.

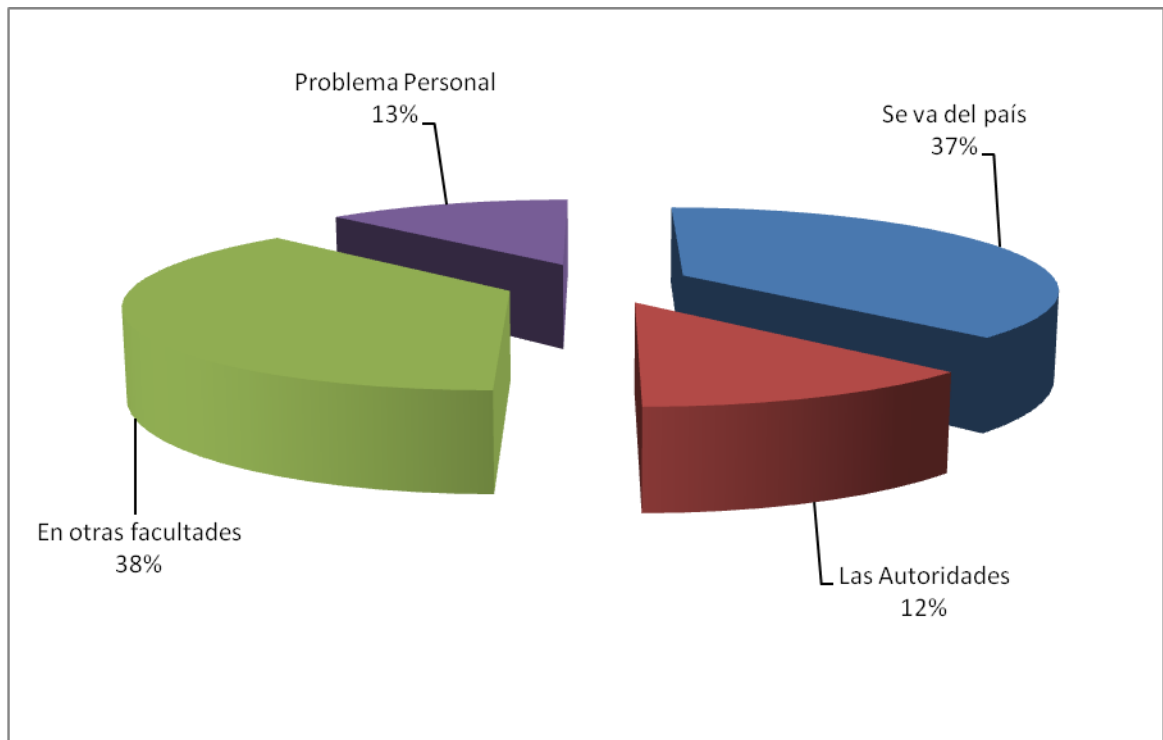


Gráfico 14. Otras razones por lo que no quieren realizar postgrado en la Facultad de Farmacia de la UCV, n=10/42. Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas

Los porcentajes más elevados son, que están realizando postgrados en otras facultades (38%), lo que pudiese ser la necesidad de ampliar los conocimientos,

pero con otro punto de vista, ampliando su abanico de posibilidades. La otra opción con mayor valor entre los encuestados fue “se va del país” (37%). La fuga de talento humano en los últimos años en Venezuela es alarmante, se presume que por la situación Política-Social del país, además de la inseguridad.

La siguiente consulta fue la relacionada al horario de conveniencia para la realización de los estudios de postgrado, se obtuvieron los siguientes datos.

Gráfico 15.

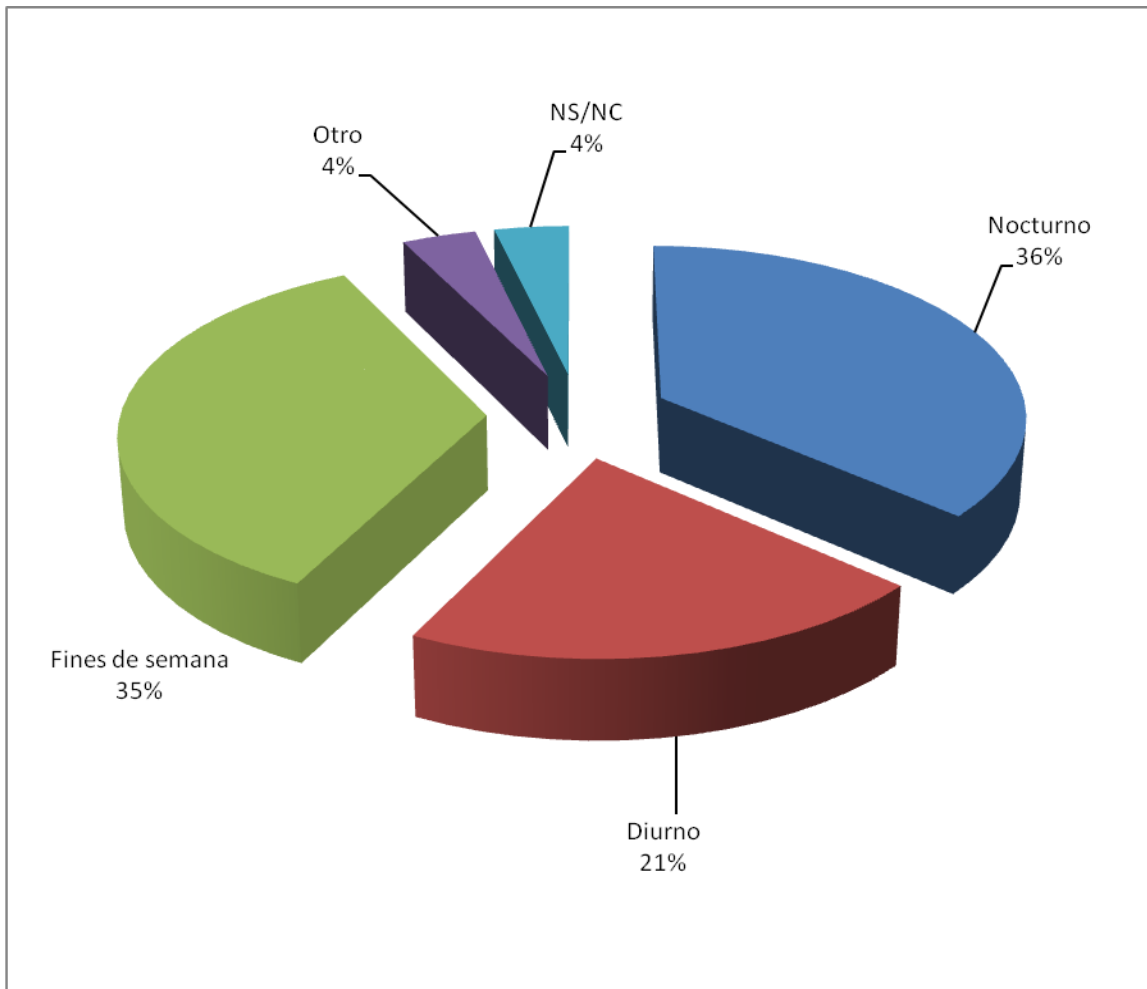


Gráfico 15. Horario de preferencia, n=244.

Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

El hecho de que la mayoría de las personas deban trabajar para poder subsistir explicaría que los horarios más convenientes sean el nocturno con un 36% y fines de semana con 35%. El 21% de los encuestados manifestaron que en el horario de su preferencia era el diurno, quizás motivado a los problemas de seguridad del país. El 4% manifestó que preferirían otro horario y al indicar que explicara cuál sería, manifestaron que a distancia.

El Gráfico 16 muestra el área en la que le gustaría especializarse.

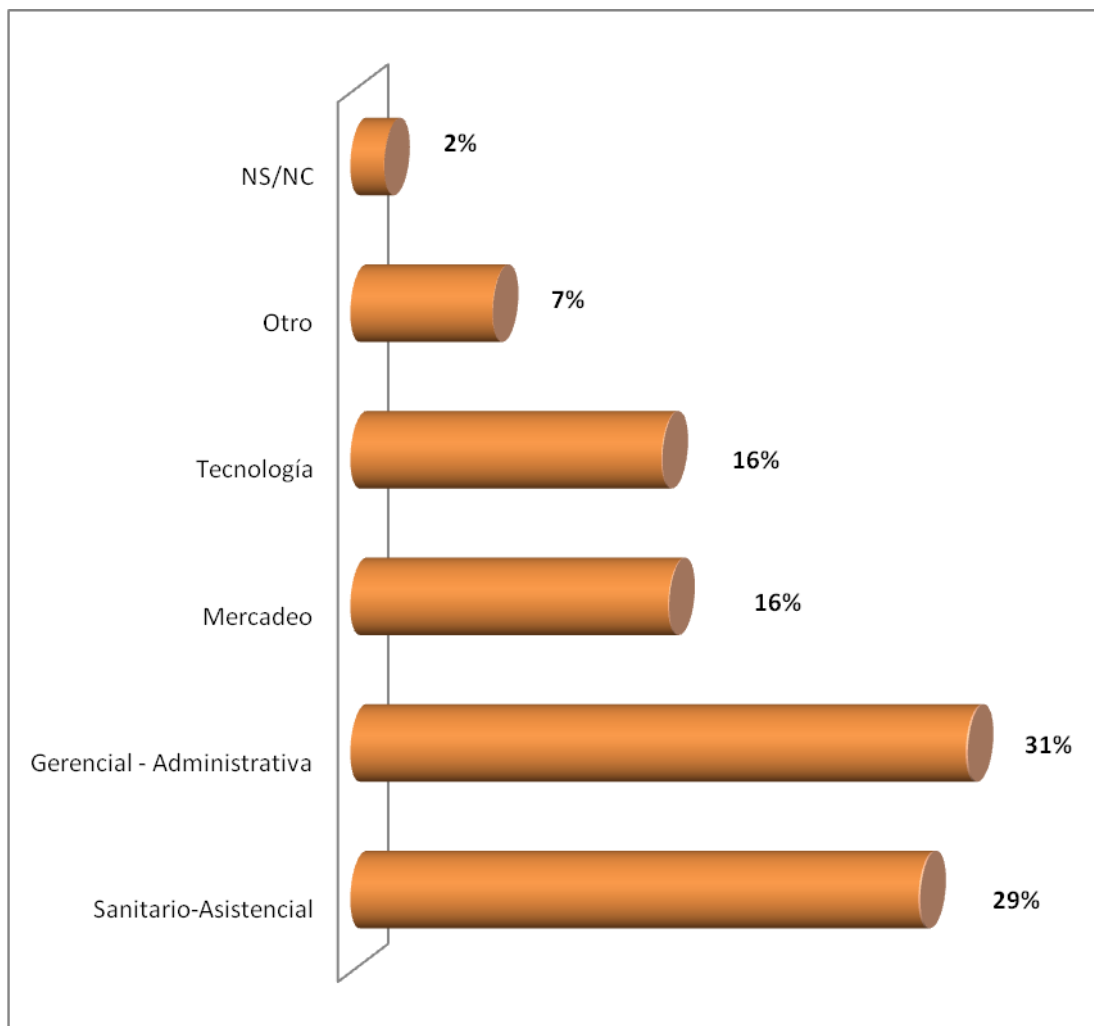


Gráfico 16. Área donde quieren desarrollarse, n=255.
Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

Las áreas más atractivas para los encuestados son la Gerencial Administrativa y la Sanitario Asistencial.

En cuanto al ítem relacionado con qué otra área le gustaría desarrollarse, los encuestados manifestaron que desearían desarrollarse en Toxicología, Microbiología y Registro Sanitario.

En cuanto al tipo de estudios preferido, se refleja el resultado en el Gráfico 17.

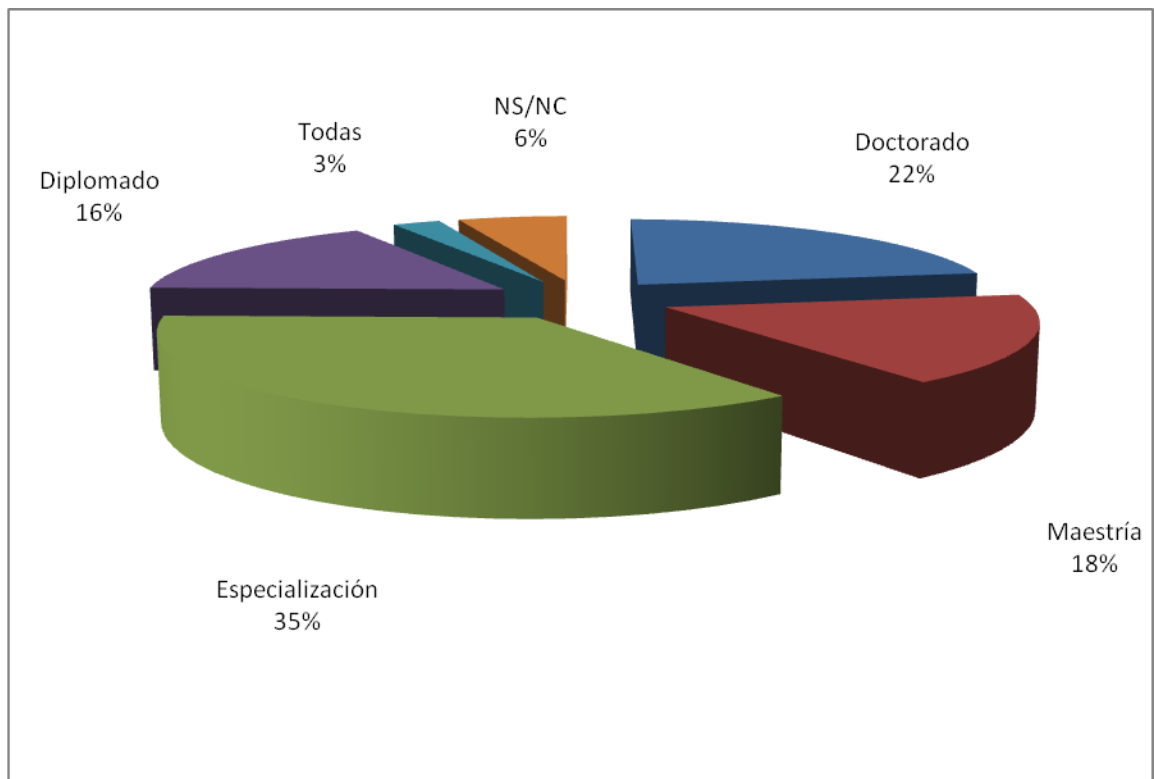


Gráfico 17. Tipo de Estudio de Cuarto Nivel donde quieren desarrollarse, n=255.

Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

El tipo de estudios más solicitado es la Especialización (35%). Sin embargo, se observa que el 22% le gustaría cursar estudios de doctorado, esto pudiese ser

reflejo de lo analizado anteriormente mediante la pirámide de Maslow, una necesidad de crecimiento y estatus.

A la pregunta: De los postgrados que a continuación se nombran marque de acuerdo a su interés, debe seleccionar todas las opciones según su preferencia, las escalas utilizadas fueron “Me encantaría cursarlo”, “Nunca lo cursaría”, “Quizás lo cursaría”, se obtuvieron las respuestas que se observan en el Gráfico 18.

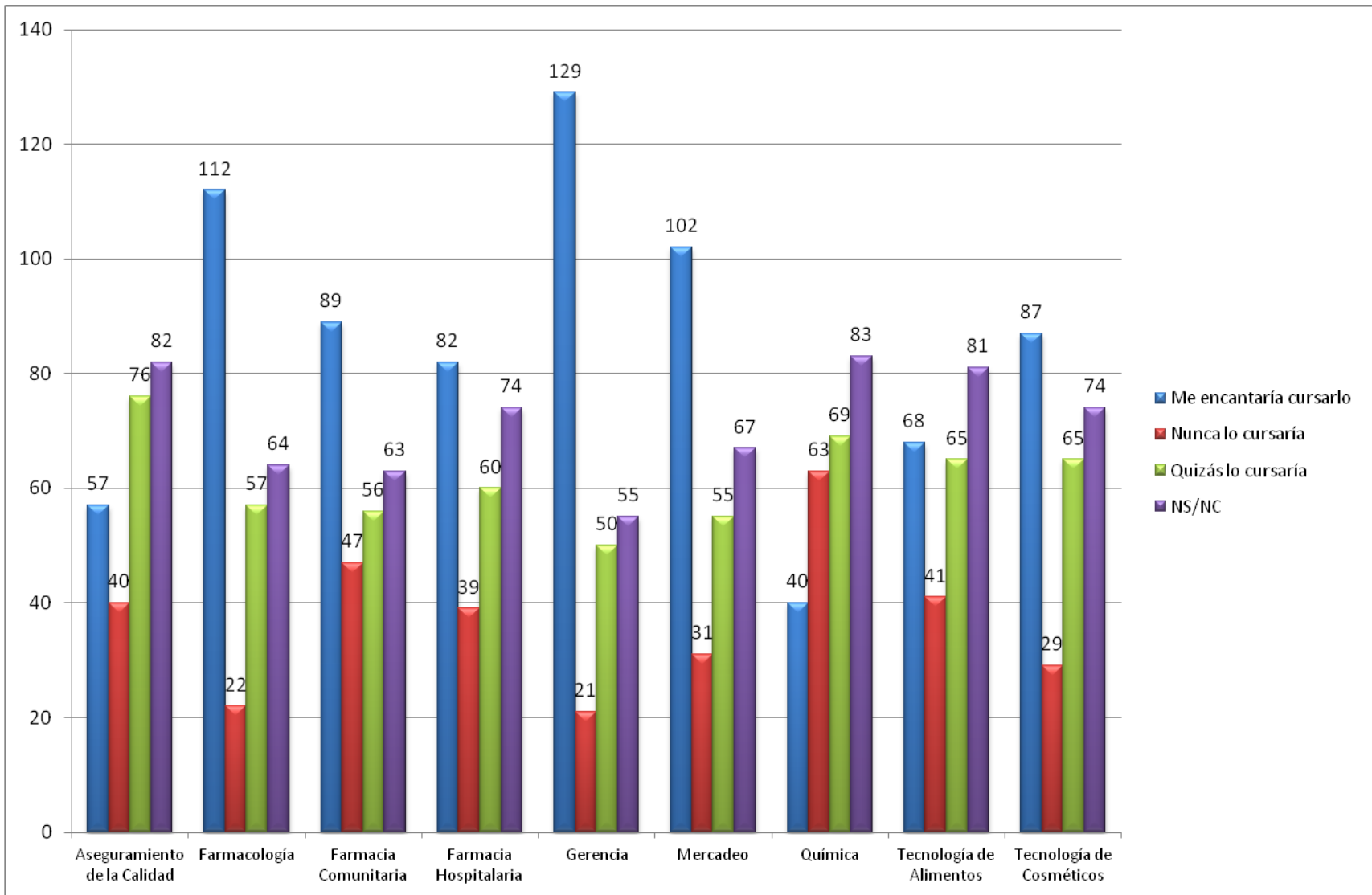


Gráfico 18. Postgrados según la preferencia del encuestado, n=255.

Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas.

En este gráfico 129 individuos de una muestra de 255 desean estudiar Gerencia. Se observa también, que 112 encuestados quieren estudiar Farmacología, 102 quieren estudiar Mercadeo y 89 Farmacia Comunitaria. El número más bajo es el de química. Estos resultados se corresponden con lo expresado en el Gráfico 16, donde expresa el área de preferencia de los encuestados, donde el primer lugar era el área Gerencial Administrativa (31%) y el segundo lugar correspondía al área Sanitario Asistencial (29%).

A fin de facilitar la visualización de los resultados del Gráfico 18, se procedió a desglosar la información, tomando en consideración solamente los ítems de “me encantaría cursarlo” y “quizás lo cursaría”, discriminado por Universidad y si es estudiante o farmacéutico. Esta información se presenta en los Gráficos 19 a 23.

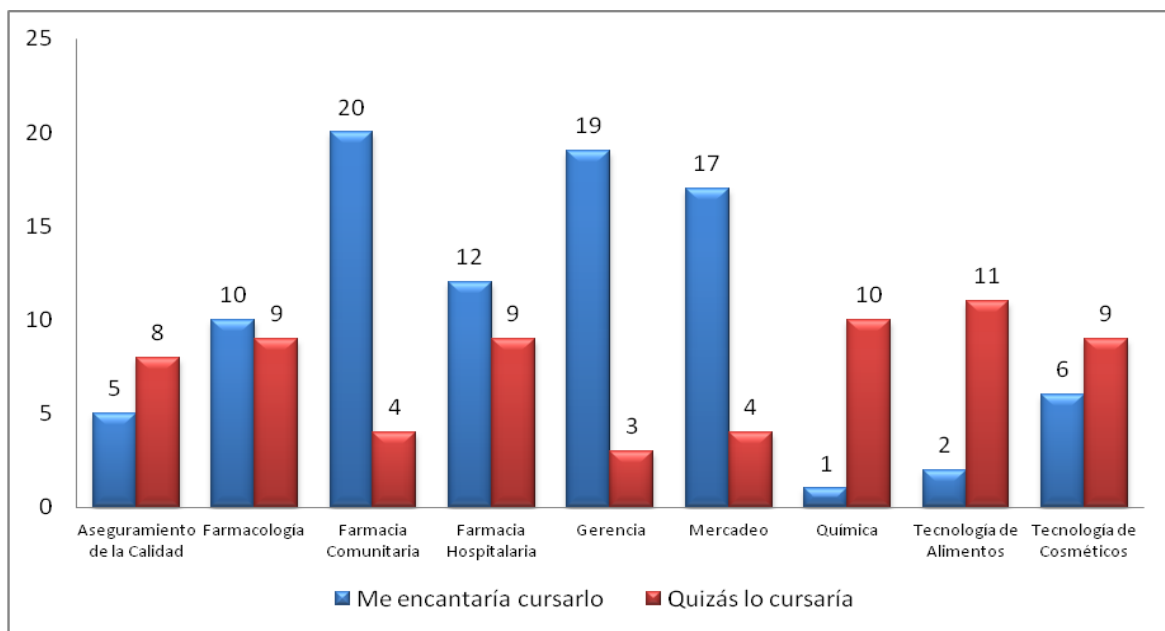


Gráfico 19. Postgrados según la preferencia de los farmacéuticos encuestados de la UCV, n=52. Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas.

En este gráfico se observa que los postgrados con mayor preferencia de los farmacéuticos encuestados de la UCV son Farmacia Comunitaria, Gerencia, Mercadeo, Farmacia Hospitalaria.

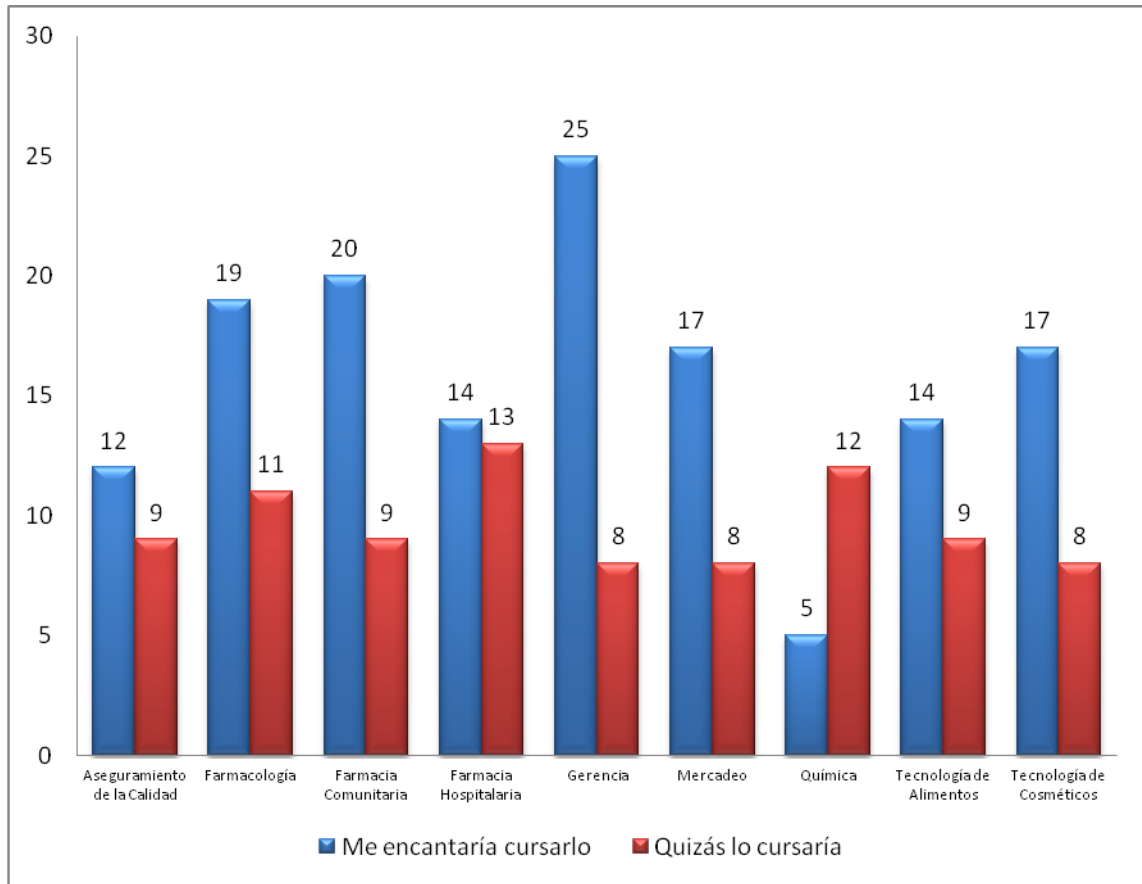


Gráfico 20. Postgrados según la preferencia de los farmacéuticos encuestados de la USM n=54. Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas.

Los farmacéuticos de la USM prefieren el Postgrado de Gerencia, luego el de Farmacia Comunitaria, Farmacología y, con la misma cantidad de personas Mercadeo y Tecnología Cosmética.

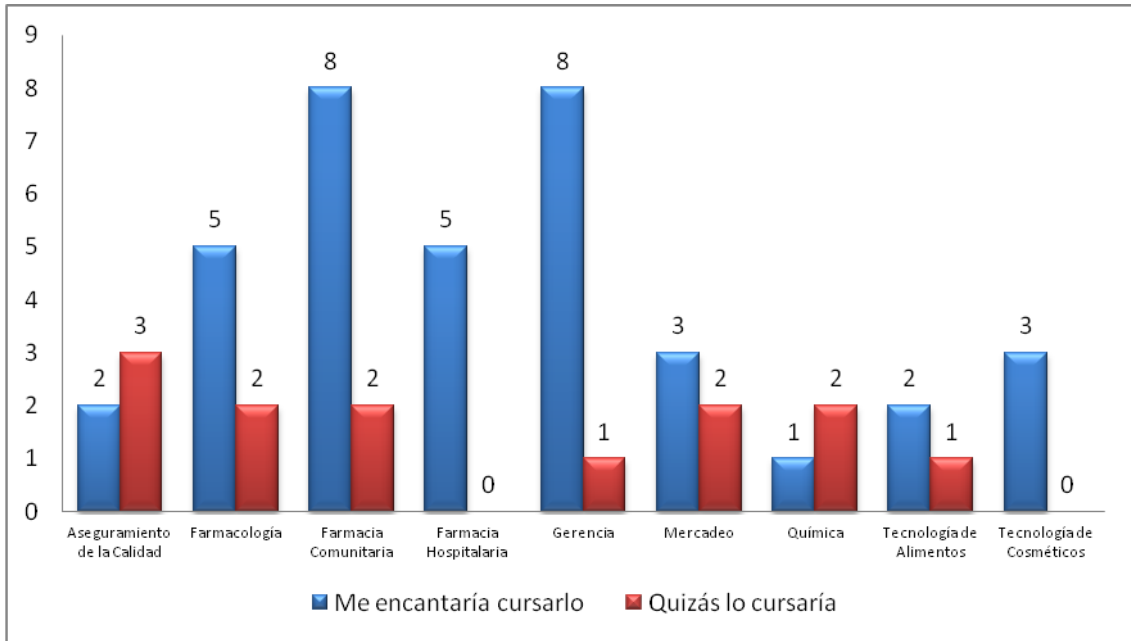


Gráfico 21. Postgrados según la preferencia de los farmacéuticos encuestados de la ULA n=18. Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas.

Los farmacéuticos de la ULA prefieren Farmacia Comunitaria y Gerencia, luego Farmacología y Farmacia Hospitalaria.

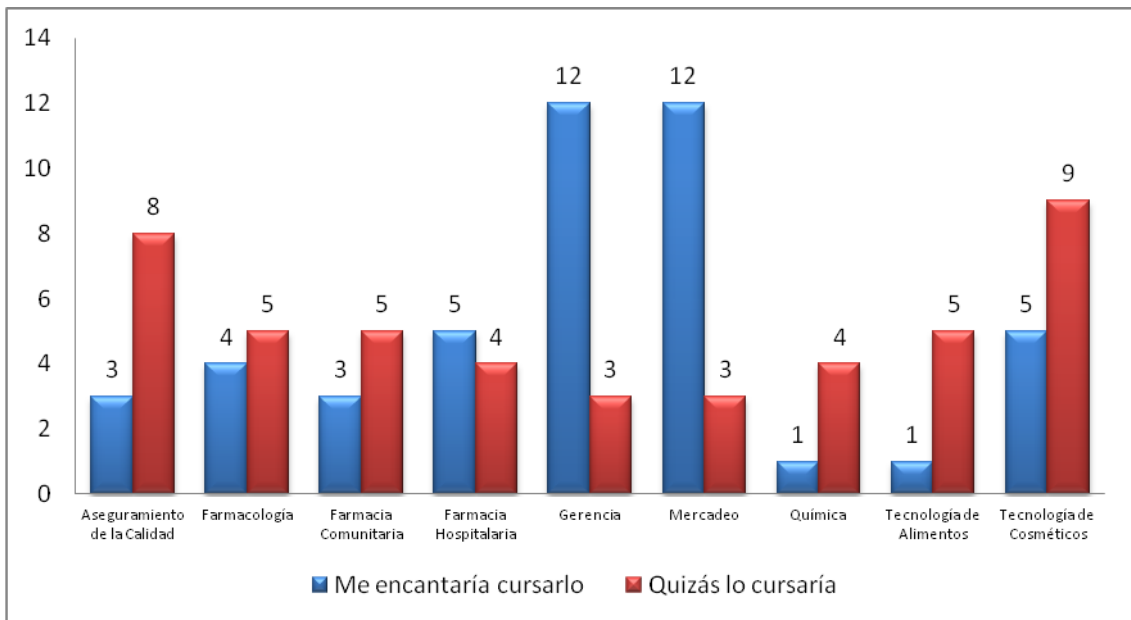


Gráfico 22. Postgrados según la preferencia de los estudiantes encuestados de la UCV n=21. Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas.

Los estudiantes de la UCV prefieren cursar los postgrados de Gerencia y Mercadeo.

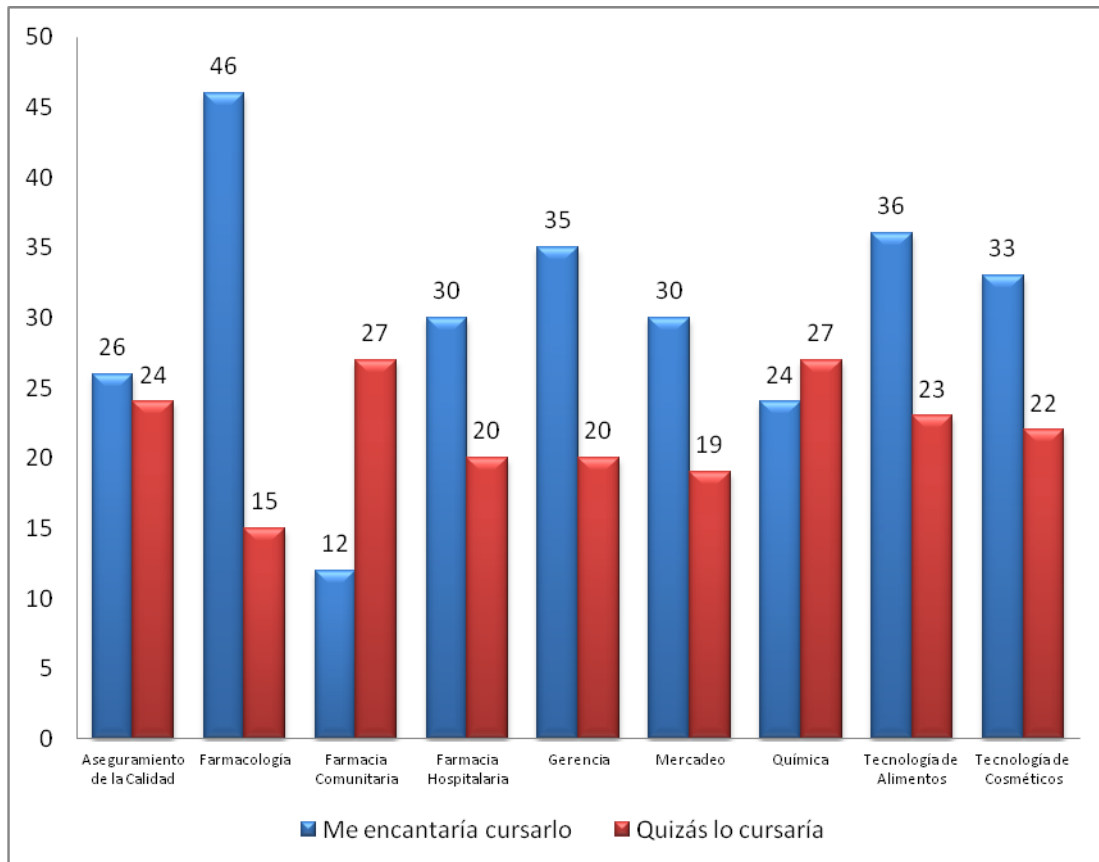


Gráfico 23. Postgrados según la preferencia de los estudiantes encuestados de la USM n=76. Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas.

La preferencia de los estudiantes de la USM, la primera opción es Farmacología. Las demás opciones son similares.

Como el tema de estudio en este trabajo es el Postgrado de Farmacia Comunitaria, por tal razón se extrae la información de dicho postgrado en el siguiente gráfico.

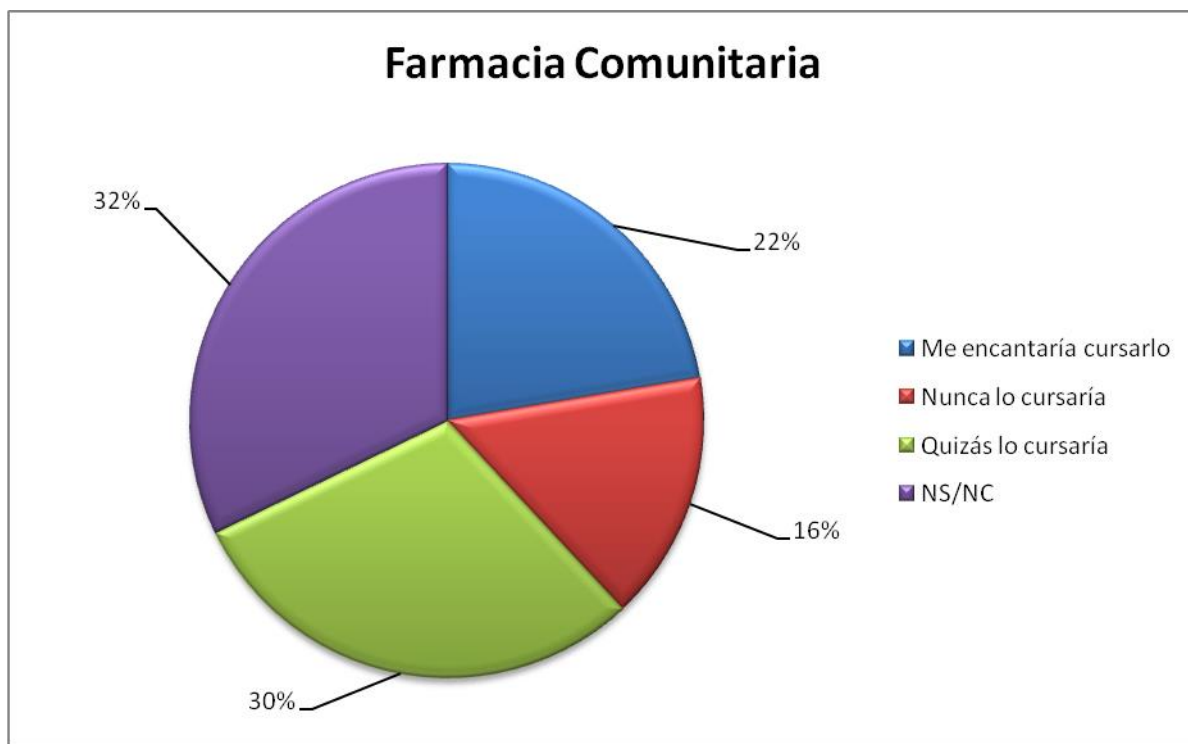


Gráfico 24 Preferencia del encuestado del Postgrado de Farmacia Comunitaria n=57/255.
 Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

Se observa que al 22% personas le encantaría cursarlo y 30% que quizás lo cursaría, es decir que un 52% de los encuestados podrían estar interesados. 32% no sabe o no contesta, lo que pudiese ser un nicho susceptible de ser capturado. Es probable que una campaña publicitaria dirigida a ellos, mostrando las ventajas y beneficios o adaptando y modernizando el postgrado, adecuándolo a las necesidades académicas del farmacéutico, se logre captar a este grupo de personas. Esa es en parte, las metas propuestas en este trabajo.

Hasta el momento, los resultados presentados están constituidos por farmacéuticos y estudiantes. A partir de este momento, los resultados están basados en las respuestas suministradas exclusivamente por los farmacéuticos (158).

Se consultó a los farmacéuticos si habían realizado postgrados en la Facultad de Farmacia, las respuestas se encuentran reflejadas en el Gráfico 25.

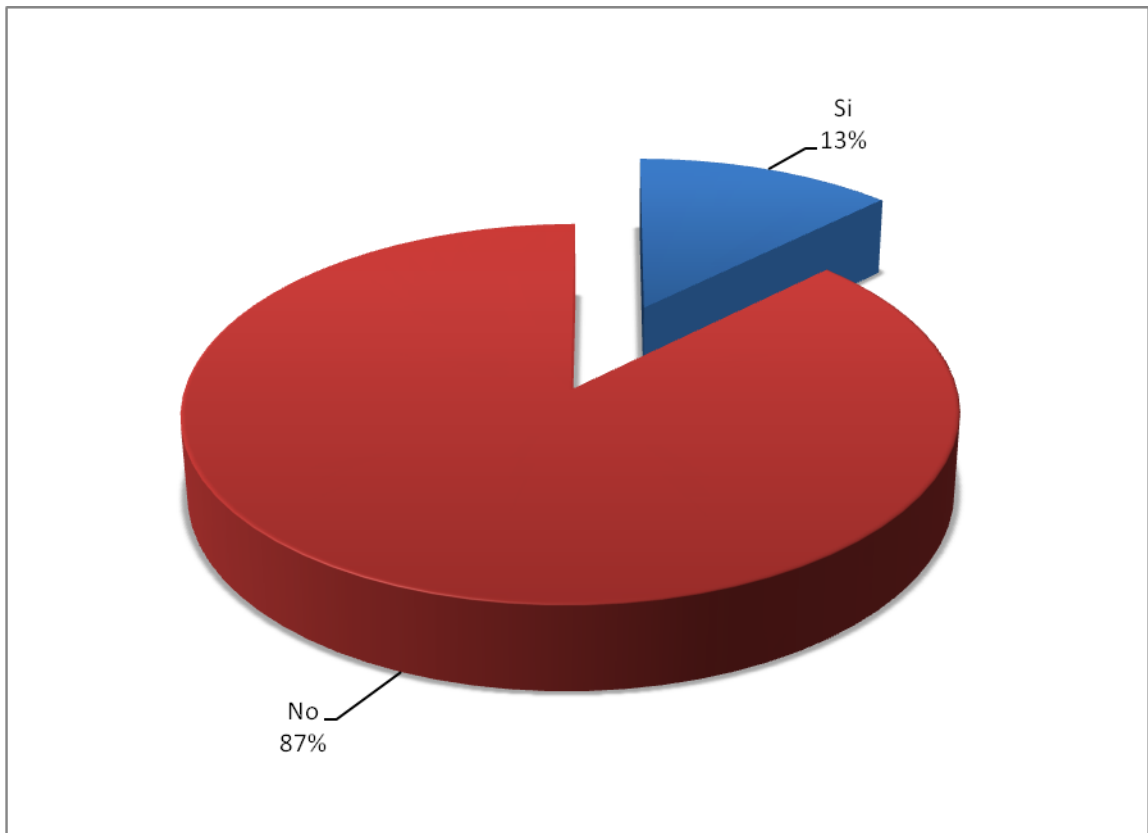


Gráfico 25. Ha realizado Postgrados en la Facultad de Farmacia de la UCV, n=158.

Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

Solamente el 13% de los encuestados han realizado Postgrados en la Facultad de Farmacia. Un 87% admite no haber cursado postgrados en la facultad, por lo que se constituyen en potenciales clientes a los cuales mediante un buen proceso de comunicación se dé a conocer el producto –los postgrados que ofrece la Facultad- y lograr persuadirlos.

En relación a cómo califica el Postgrado el 13% que realizó estudios de cuarto nivel en la Facultad, las respuestas se observan en el Gráfico 26.

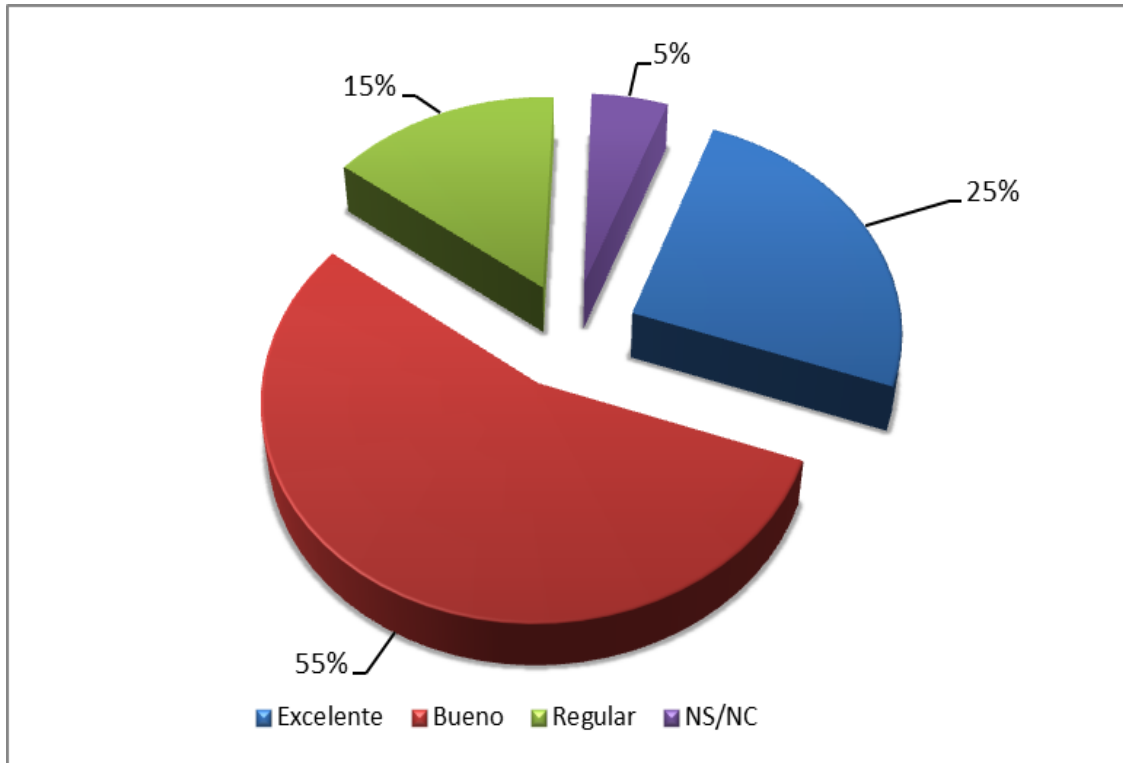


Gráfico 26. Calificación de los Postgrados en la Facultad de Farmacia de la UCV, n=20.
 Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

Si bien es cierto que la calificación en mayor porcentaje es “bueno” (55%), se deben realizar esfuerzos para mejorar cada día más, escuchar a los clientes a fin de buscar estrategias para ir en pos de la excelencia en todos los aspectos.

¿Qué significa el término “Farmacéutico Comunitario”? las respuestas están en el Gráfico 27.

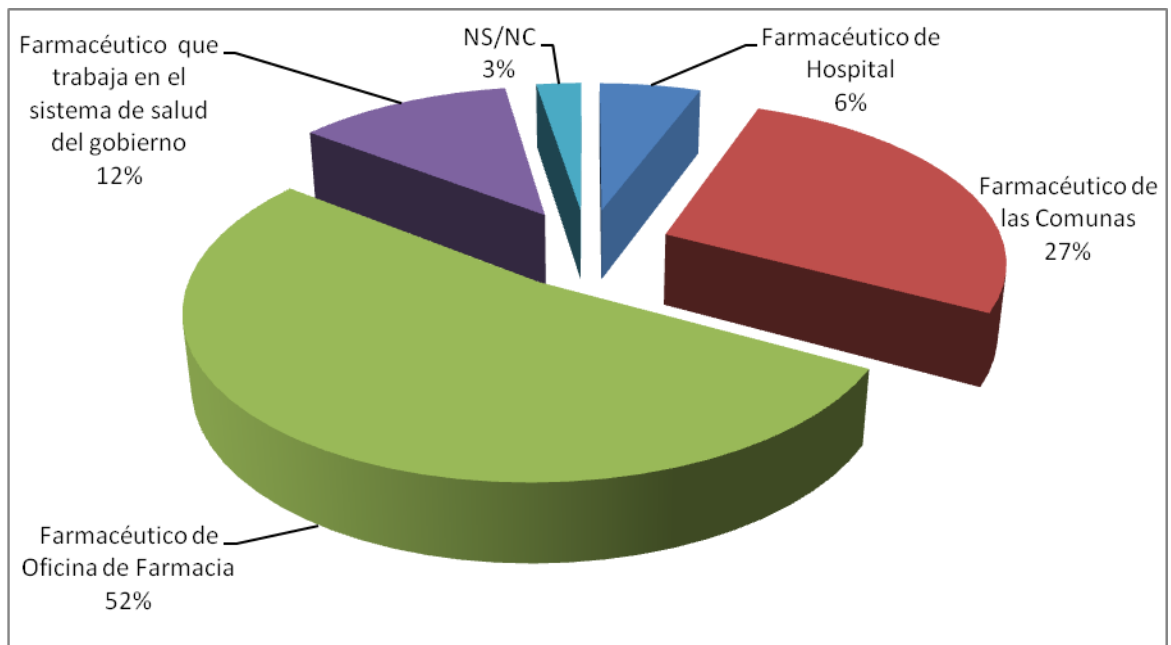


Gráfico 27. Significado del término “Farmacéutico Comunitario”, n=158.
 Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

El 52% manifestó que era el “Farmacéutico de la oficina de farmacia”, lo que permite inferir que dentro de este grupo de farmacéuticos el concepto es conocido. Sin embargo, 27% de los encuestados dicen que son “Farmacéuticos de las Comunas”, 12% es el “Farmacéutico que trabaja en el sistema de salud del gobierno” .y 6% “Farmacéutico de Hospital”. En este sentido, debido a los momentos políticos en el que se encuentra Venezuela, donde el Gobierno habla constantemente de “comunas”, se puede conjeturar que el discurso político influya en la asociación de la palabra “Comunitario” con “Comunas” y esto a su vez provoque el desinterés en la preferencia en estudiar el Postgrado de Farmacia Comunitaria. El 45% (27, 12 y 6) de los encuestados poseen un concepto errado de dicho término, lo que puede ser una buena premisa para cambiar el nombre del Postgrado.

Se puede presumir también, que las universidades del país donde se dicta la carrera de Farmacia, no enfatizan sobre este rol del ejercicio profesional.

La siguiente interrogante se refiere a lo que consideran los farmacéuticos encuestados que deberían ser los conocimientos del farmacéutico que labora en la oficina de farmacia.

La pregunta fue formulada de manera tal que debían manifestar su opinión en una escala donde (1) es “Nada Importante”, (2) “Poco importante”, (3) “Importante” y (4) “Muy importante”. Los resultados se reflejan en la tabla VI.

Tabla VI
Conocimientos que necesita el Farmacéutico que labora en Oficina de Farmacia. n=158.

Conocimientos	(1)	(2)	(3)	(4)	NS/NC
Administración	0,6%	6,3%	40,5%	47,5%	5,1%
Manejo del personal	0,6%	1,3%	25,9%	70,3%	1,9%
Control de inventarios	1,3%	3,8%	28,5%	62,7%	3,8%
Mercadeo de productos	2,5%	12,7%	44,9%	31,0%	8,9%
Estudio Integral de Comunidades	1,9%	21,5%	38,0%	32,3%	6,3%
Práctica Profesional	2,5%	1,9%	20,3%	67,7%	7,6%
Legislación	0,0%	5,7%	32,3%	51,3%	10,8%
Farmacoterapéutica	1,9%	1,3%	17,7%	72,2%	7,0%
Computación	1,3%	8,9%	50,6%	34,2%	5,1%
Farmacología	0,6%	5,1%	22,8%	67,1%	4,4%
Fórmulas Magistrales	0,6%	7,6%	28,5%	57,0%	6,3%
Salud Pública	1,3%	7,0%	41,1%	42,4%	8,2%
Atención Farmacéutica	1,3%	2,5%	10,8%	83,5%	1,9%
Comunicación Interpersonal	0,6%	0,6%	27,2%	65,2%	6,3%
Biofarmacia	1,3%	15,8%	41,8%	27,8%	13,3%
Química	1,9%	27,8%	34,8%	22,8%	12,7%
Primeros Auxilios	0,6%	7,0%	35,4%	51,9%	5,1%
Manejo de desastres	0,6%	14,6%	42,4%	32,9%	9,5%

Fuente: Los Autores.

En esta tabla, los porcentajes del aspecto “nada importante” son poco significativos, por lo que no se tomó en consideración. En la escala “poco

importante”, se observa que los conocimientos de Química y Estudio Integral de Comunidades tienen porcentajes mayores de 20%, es decir, 27,8 y 21,5% respectivamente, para los farmacéuticos encuestados, estos conocimientos no son trascendentales para el ejercicio profesional en el área de farmacia comunitaria.

Para facilitar el análisis los investigadores se enfocaron en los resultados de los ítems de “Importante” y “Muy importante”, se sumaron los productos a fin de obtener por orden decreciente los conocimientos necesarios para una buena gestión en la oficina de farmacia, se puede observar en la Tabla VII.

Tabla VII: Conocimientos que debe poseer el Farmacéutico que labora en oficina de farmacia según la importancia. n=158.

Conocimientos	Importante	Muy importante	Suma de porcentajes
Manejo del personal	25,90%	70,30%	96,20%
Atención Farmacéutica	10,80%	83,50%	94,30%
Comunicación Interpersonal	27,20%	65,20%	92,40%
Control de inventarios	28,50%	62,70%	91,10%
Farmacoterapéutica	17,70%	72,20%	89,90%
Farmacología	22,80%	67,10%	89,90%
Administración	40,50%	47,50%	88,00%
Práctica Profesional	20,30%	67,70%	88,00%
Primeros Auxilios	35,40%	51,90%	87,30%
Fórmulas Magistrales	28,50%	57,00%	85,40%
Computación	50,60%	34,20%	84,80%
Legislación	32,30%	51,30%	83,50%
Salud Pública	41,10%	42,40%	83,50%
Mercadeo de productos	44,90%	31,00%	75,90%
Manejo de desastres	42,40%	32,90%	75,30%
Estudio Integral de Comunidades	38,00%	32,30%	70,30%
Biofarmacia	41,80%	27,80%	69,60%
Química	34,80%	22,80%	57,60%

Fuente: Los autores

Con la finalidad de visualizar de forma gráfica los resultados obtenidos, se procede a representarlo.

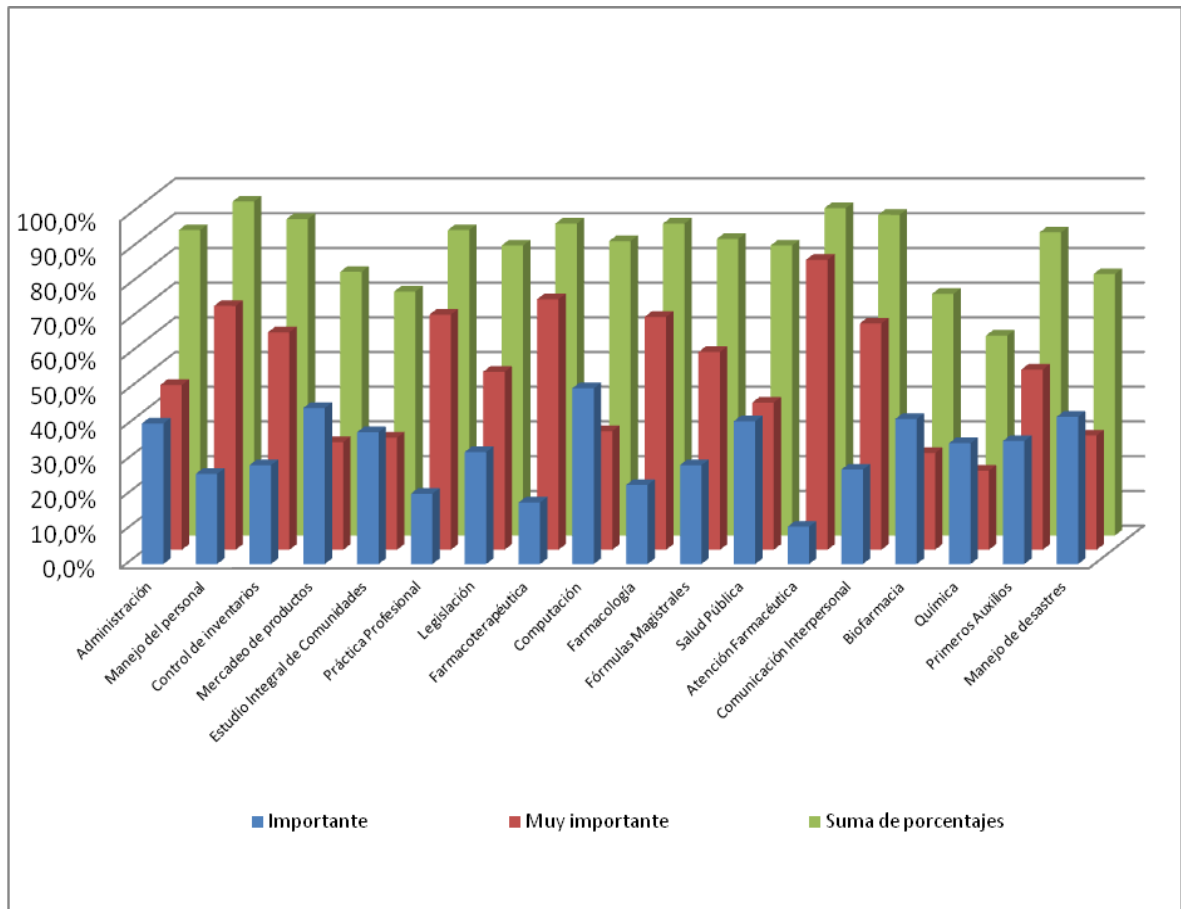


Gráfico 28. Conocimientos que debe poseer el Farmacéutico que labora en la Oficina de Farmacia, n=158. Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas.

Al sumar los resultados de “Importante” y “Muy importante” de la pregunta 20 de la encuesta, el orden de prioridad de las asignaturas según los resultados obtenidos es: Manejo de Personal (96,2%), Atención Farmacéutica (94,3%), Comunicación Interpersonal (92,4%), y Control de Inventarios (91,1%), (ver tabla VII)

Estos conocimientos no son impartidos en el Postgrado de Farmacia Comunitaria, tomando en cuenta que son considerados como importantes por los farmacéuticos encuestados, estos deberían ser contemplados por la facultad en el instante que se realice la reestructuración del Postgrado.

Fase de Análisis II

En la segunda fase de este estudio, se realizaron cruces entre preguntas, examinando a fondo la data obtenida y de esta manera obtener información más específica.

En el Gráfico 29 se muestran la relación de los estudiantes que participaron en la encuesta, segregados por la universidad donde estudian.

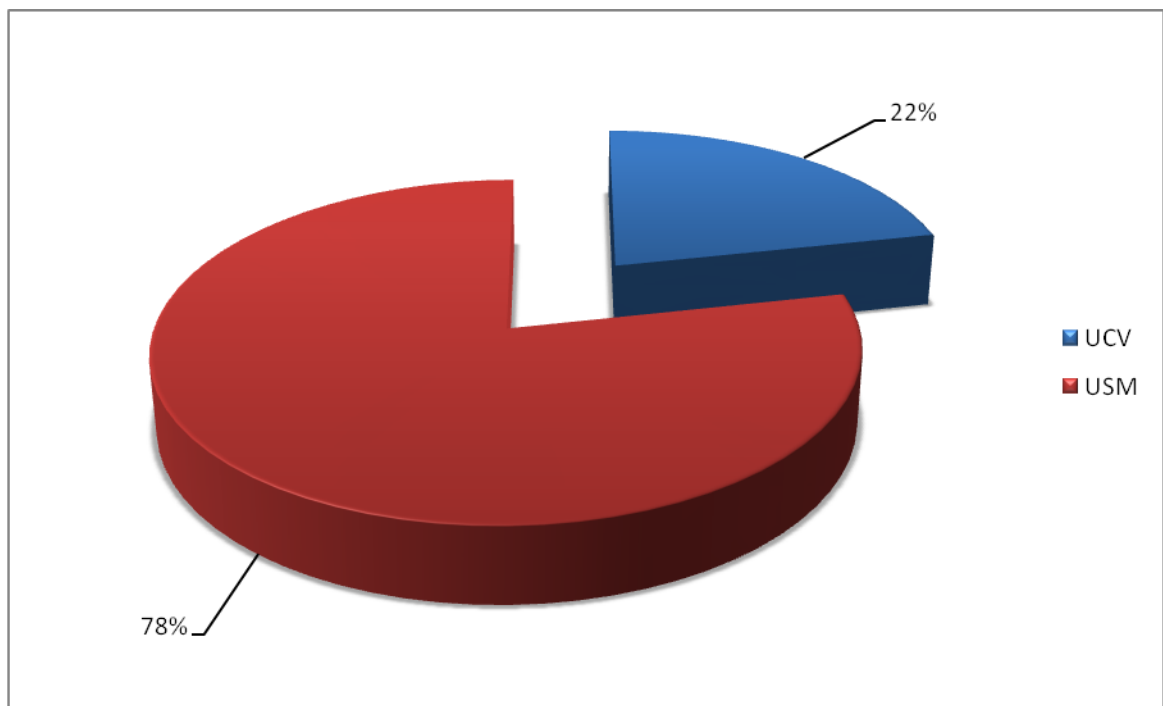


Gráfico 29. Estudiantes según Universidad, n=97.

Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

El mayor porcentaje son estudiantes de la Universidad Santa María. Como se mencionó anteriormente, a estos estudiantes se les aplicó la encuesta durante su horario de clases. Mientras que a los estudiantes de la UCV, se encuentran realizando las distintas menciones que ofrece dicha facultad, no se pudo contactar a todos ellos en un mismo lugar, sino en los pasillos de la facultad.

El Gráfico 30 muestra información sobre los farmacéuticos según la universidad.

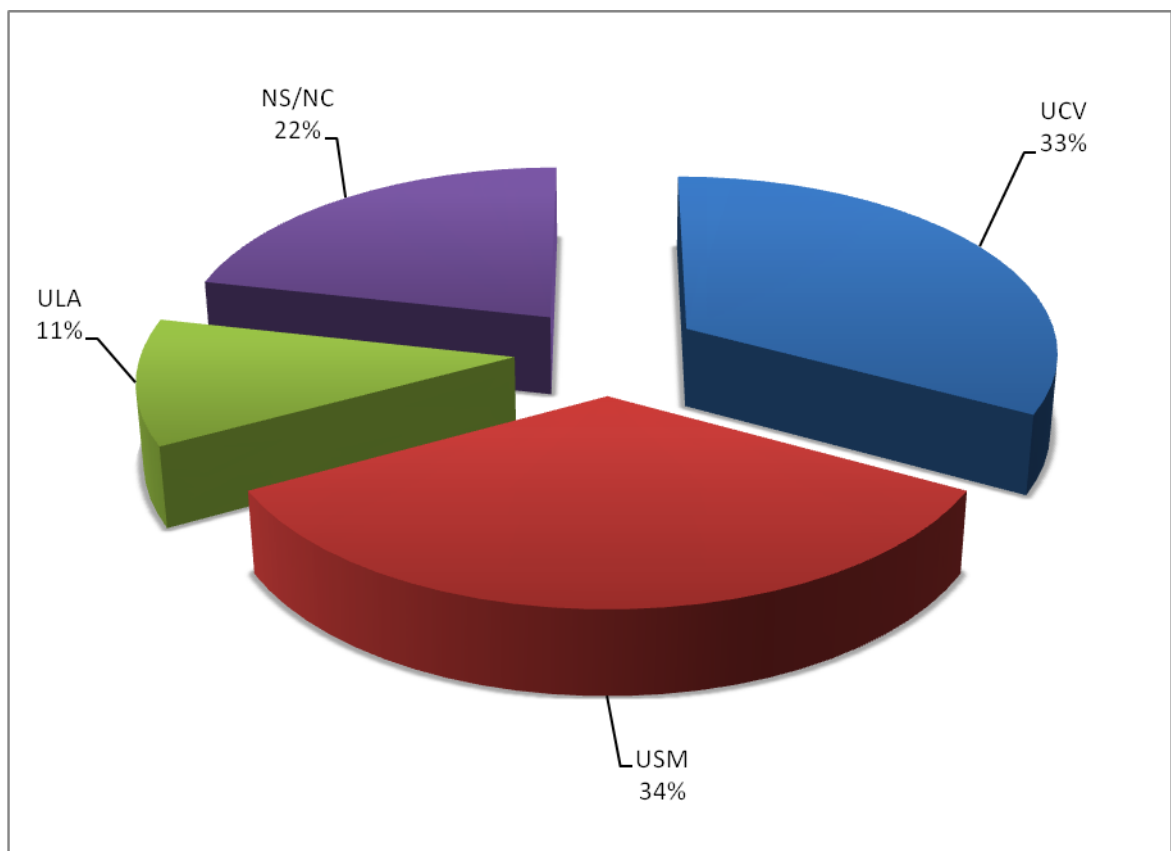


Gráfico 30. Farmacéuticos según Universidad, n=158.

Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

La proporción entre los egresados en la UCV y USM es bastante parecida. El de menor porcentaje son los egresados de la ULA, podemos inferir que esta

data se debe a que la mayor proporción de encuesta se realizó en el Distrito Metropolitano de Caracas, área objeto de estudio.

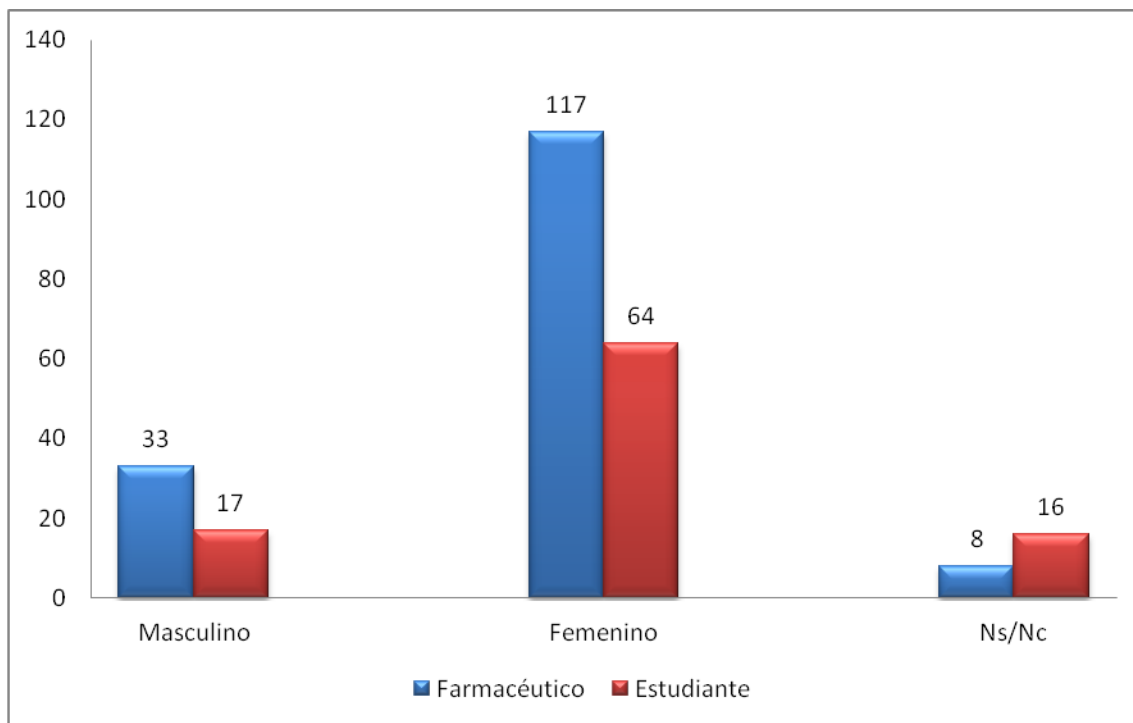


Gráfico 31. Farmacéuticos/Estudiantes según sexo, n=255.

Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

Se observa que el mayor número de encuestados es del sexo femenino. Este resultado ratifica lo que siempre se ha visto a través de los tiempos en las Facultades de Farmacia, mayor proporción de dicho sexo.

En el Gráfico 6, se refleja la opinión de los encuestados en relación a si consideran que los conocimientos impartidos durante el pregrado son aptos. En los siguientes gráficos, se analizó con mayor detenimiento la data, separando la opinión de los estudiantes y la del profesional, tomando en cuenta la universidad donde estudia o estudió, según el caso, a fin de obtener una idea más concisa.

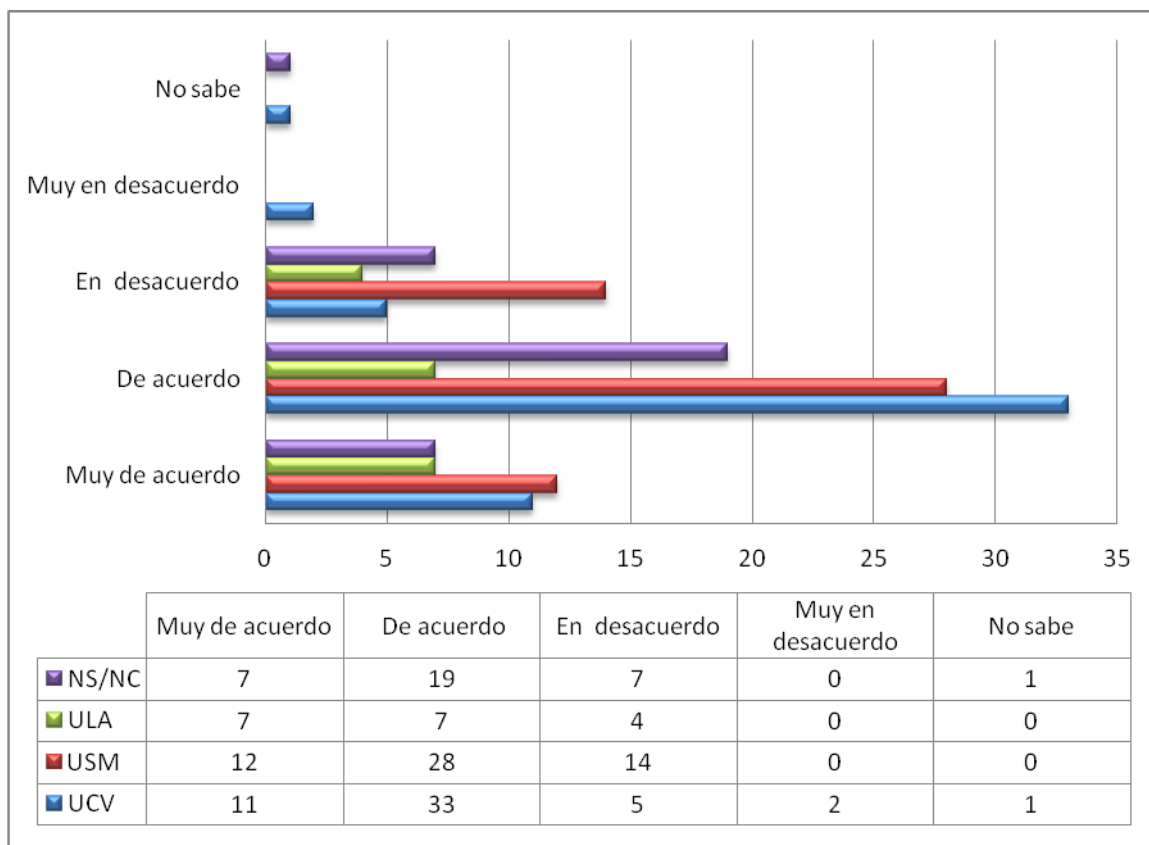


Gráfico 32. Conocimientos impartidos durante el pregrado (Farmacéuticos/Universidad), n=158. Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas.

Cabe destacar, donde dice Ns/Nc, es que los farmacéuticos no contestaron dicha pregunta. En el Gráfico 32, se observa que la mayoría de los farmacéuticos encuestados, independientemente de la universidad donde estudiaron, manifiestan estar de acuerdo (87) y muy de acuerdo (37) con los conocimientos impartidos. El total de estos ítems es 124 de 158 (78,48%), porcentaje bastante bueno, aunque puede mejorar.

Los farmacéuticos que no están de acuerdo, manifestaron que las clases impartidas eran muy teóricas, el material utilizado no estaba actualizado, falta

de actividades prácticas o conocimientos en alguna área inexistente en el *pensum* de pregrado.

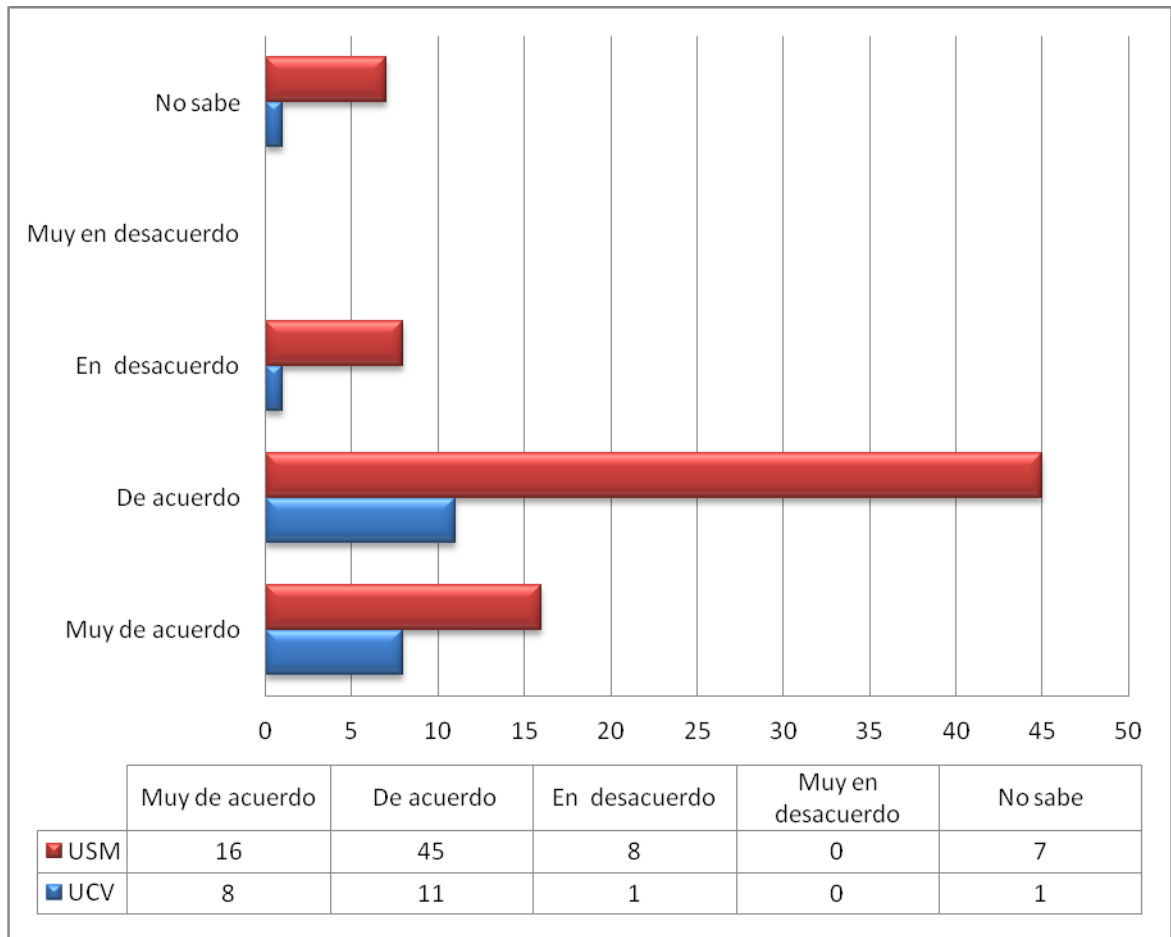


Gráfico 33. Conocimientos impartidos durante el pregrado (Estudiantes/Universidad), n=97. Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas.

El Gráfico 33, exhibe la opinión de los estudiantes: De los cuales .entre las dos universidades 80 estudiantes están de acuerdo y muy de acuerdo con los conocimientos obtenidos, representando el 82,47%. En relación al ítem “en desacuerdo”, entre las dos universidades solo el 9,27% de los estudiantes manifestaron esa opción, cifra que puede ser insignificante.

Otra de las preguntas de la investigación fue indagar sobre el lugar de trabajo de los estudiantes encuestados. En este caso, el Gráfico 34 arroja luces sobre este dato tomando en cuenta al estudiante y la universidad.

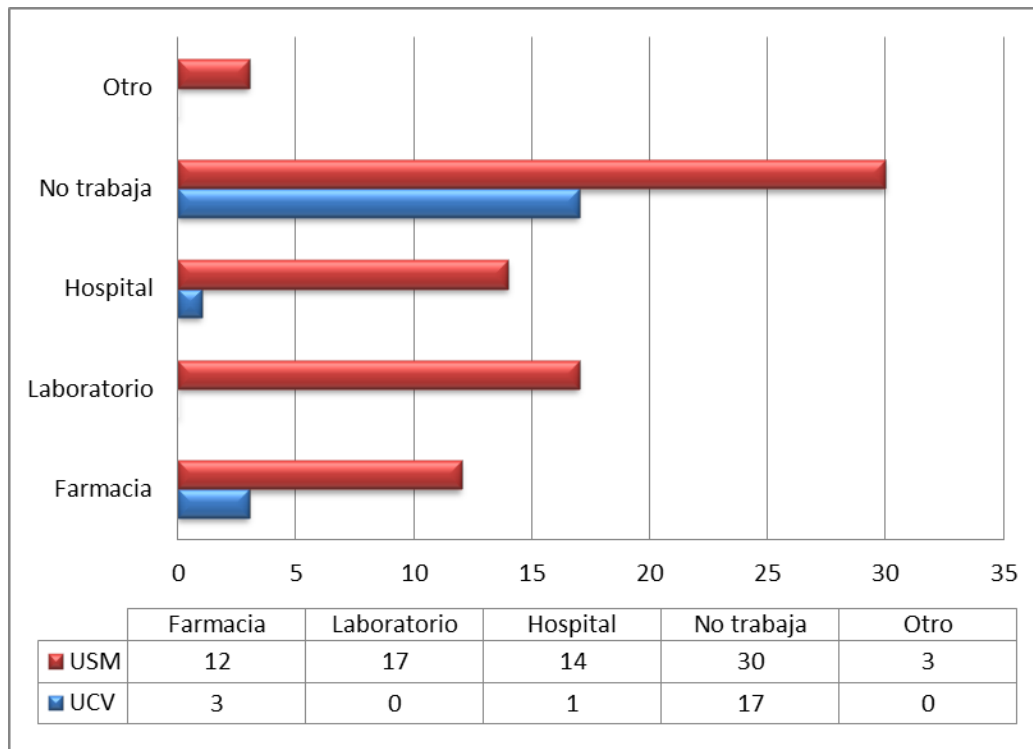


Gráfico 34. Lugar de trabajo de los Estudiantes, n=97.

Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas.

Se evidencia claramente que de los estudiantes de la USM, 30 de los 76 estudiantes no trabajan (39,47%). De los estudiantes de la UCV, 17 de un total de 21 encuestados no trabaja (80,95%). Se podría presumir para este análisis, que el horario de la USM es más flexible, de hecho a partir del quinto semestre de la carrera, el horario es netamente nocturno, permitiendo cursar estudios y trabajar al mismo tiempo. Los porcentajes de los estudiantes que trabajan en farmacia son similares, 14,29% (3/21) de la UCV y 15,79% (12/76) de la USM. Sin embargo, los que trabajan en laboratorios son 22,37% de la USM y 0% de

la UCV, lo que claramente denota que el horario de clases de la USM, permite que los estudiantes trabajen y al obtener el título, posea mayor experiencia en el campo laboral.

En cuanto al lugar de trabajo de los farmacéuticos, los datos se observan en el Gráfico 35.

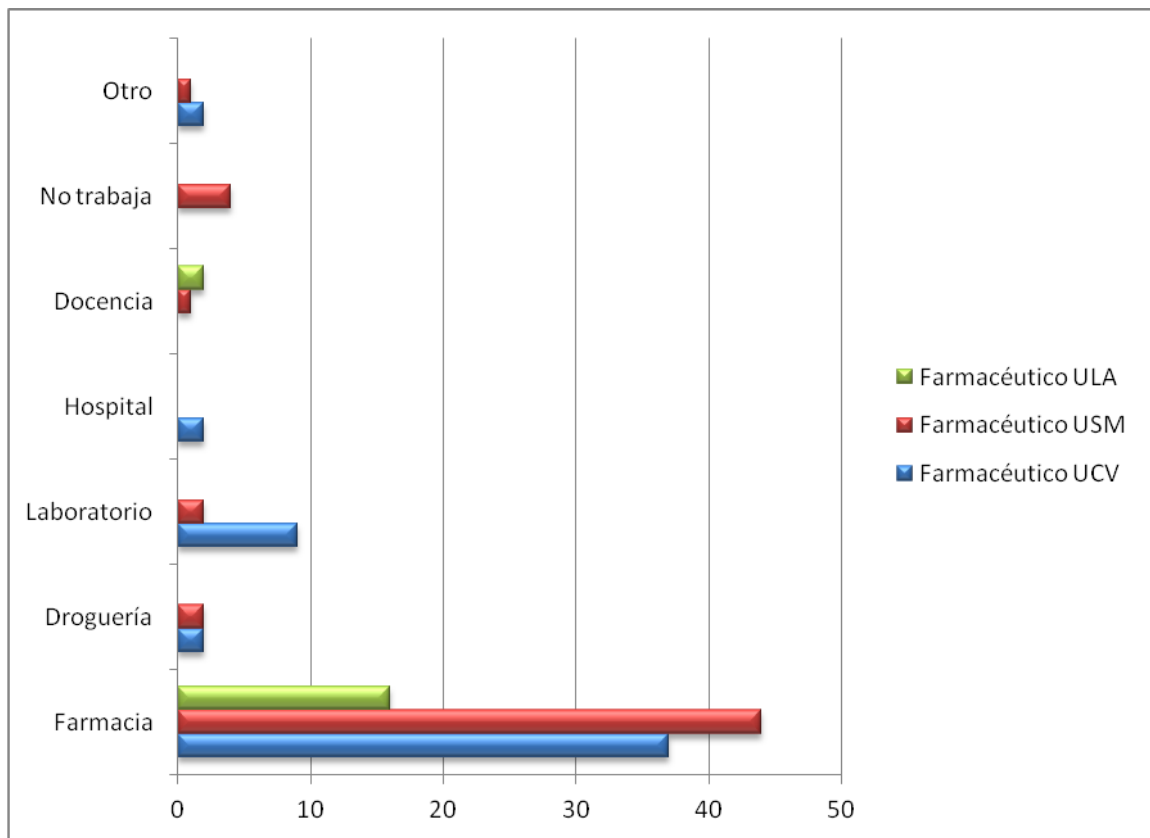


Gráfico 35. Lugar de trabajo de los Farmacéuticos, n=158.

Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas.

Es evidente que, independientemente de la universidad, el mayor porcentaje de encuestados trabajan en oficina de farmacia, elemento importante para la investigación, porque se debe escuchar al cliente potencial, objetivo de este

trabajo, el farmacéutico de oficina de farmacia, además esto confirma los antecedentes.

Otro dato trascendental que se debe investigar, es el horario de preferencia para realizar estudios de cuarto nivel. El Gráfico 36, muestra la data encontrada.

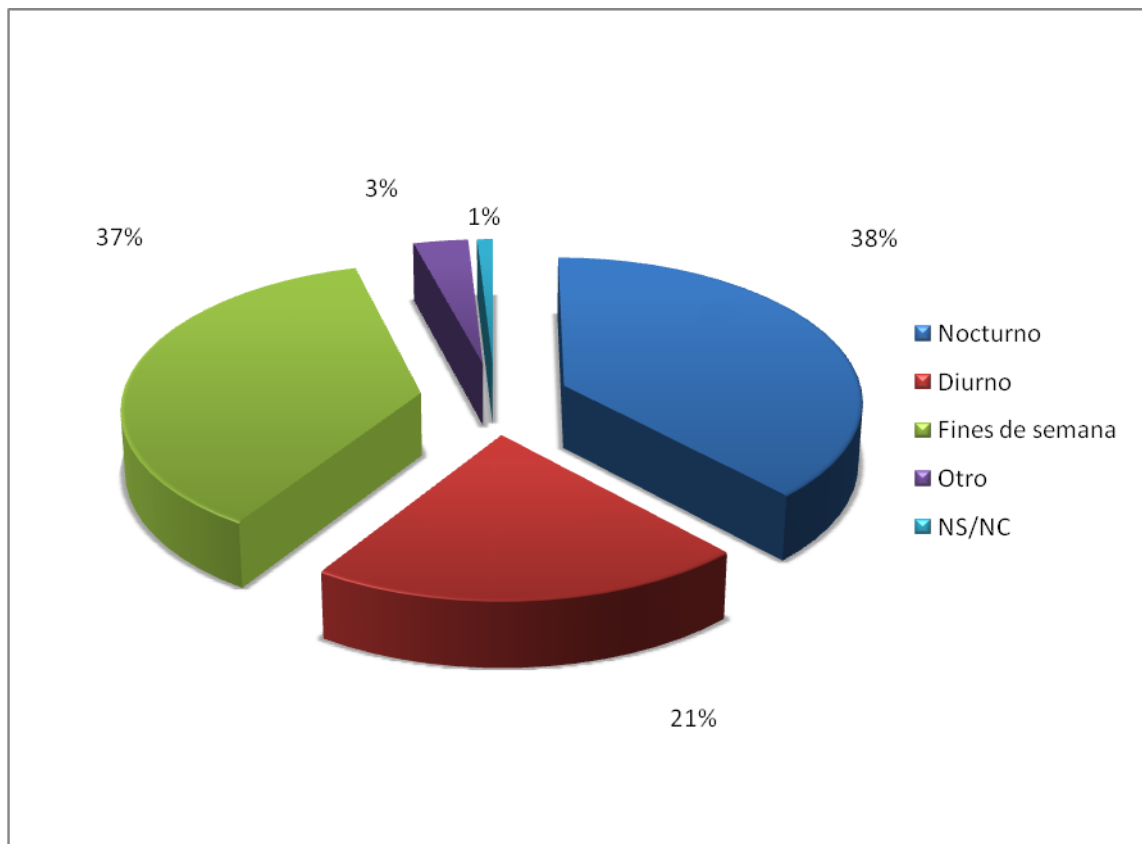


Gráfico 36. Horario de preferencia para realizar estudios de cuarto nivel, n=255.

Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas.

Se advierte que en porcentajes similares, 38% y 37% de los encuestados, desearían estudiar postgrados en el horario nocturno o los fines de semana. Las personas involucradas en la Dirección de Postgrado de la Facultad de Farmacia de la UCV deberían implementar diversos horarios y modalidades de

estudios que permitan la participación y de esta manera aumentar de forma significativa la matrícula.

En el Gráfico 37, se observan las preferencias de horario tomando como condicionante el tipo de estudio que desean realizar los encuestados.

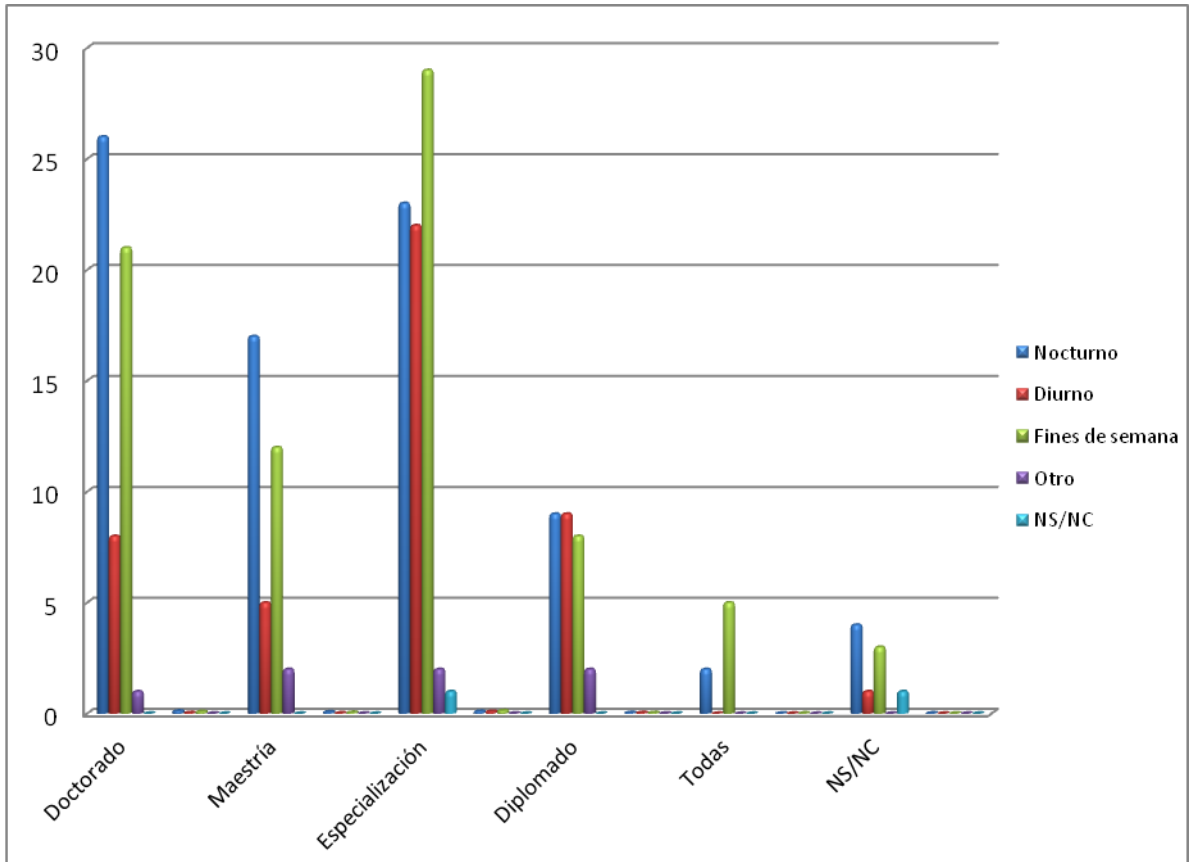


Gráfico 37. Horario de preferencia según el tipo de estudios de cuarto nivel, n=255.

Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas.

En este gráfico el ítem “otro”, los encuestados manifestaron que eran horarios rotativos o a distancia, el porcentaje es muy bajo, sin embargo, en esta era de la tecnología, no sería nada insensato trabajar en este sentido.

La pregunta 16 de la encuesta, en la que se consulta sobre la preferencia de los postgrados, se evaluó separando la opinión de farmacéuticos y estudiantes, según la universidad.

El primer grupo de análisis fue la Universidad Central de Venezuela.

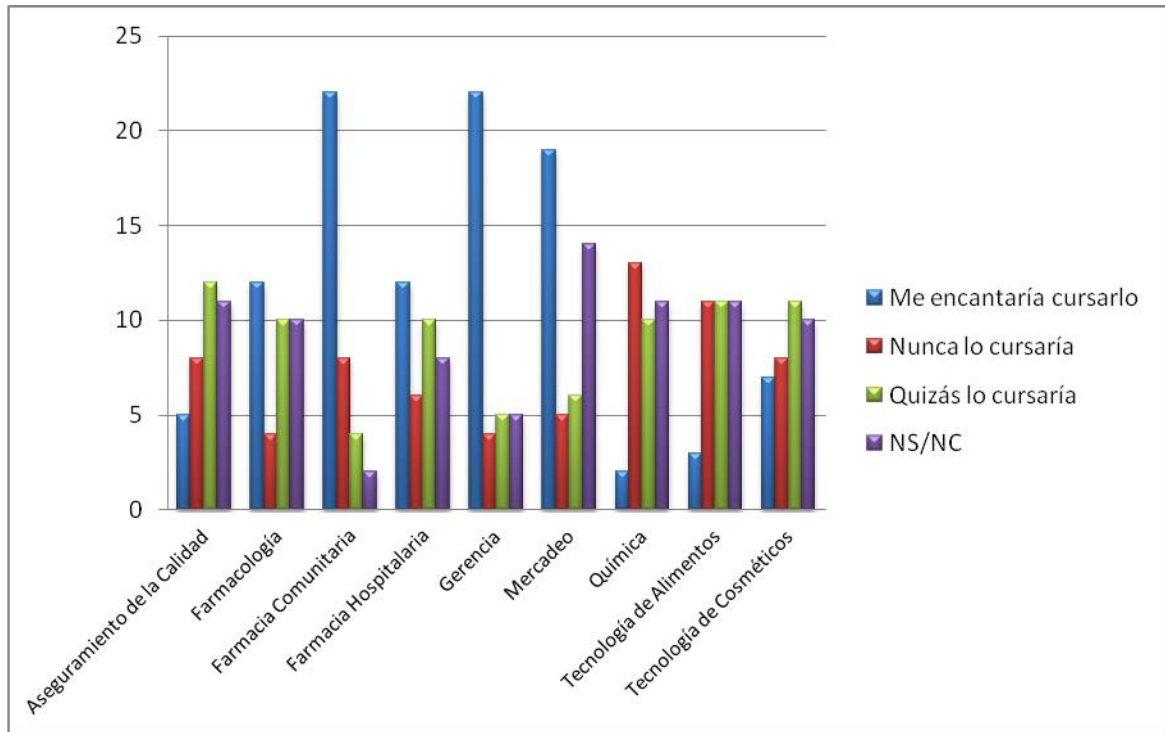


Gráfico 38. Preferencia de los estudios de cuarto nivel de los farmacéuticos de la UCV, n=52. Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas.

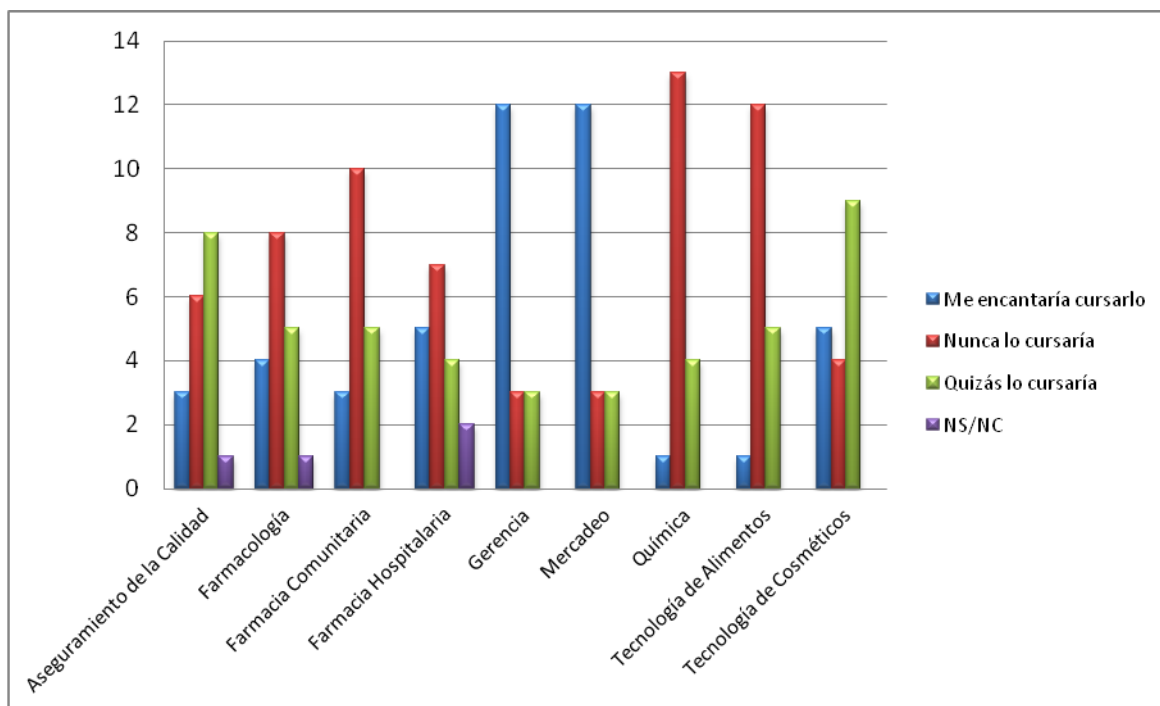


Gráfico 39. Preferencia de los estudios de cuarto nivel de los estudiantes de la UCV, n=21. Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas.

Se observa que los postgrados con mayor aceptación en los farmacéuticos son el de Farmacia Comunitaria, Gerencia y Mercadeo, los demás resultados son muy similares. Sin embargo, cuando se estudia el gráfico de los estudiantes (Gráfico 39), el postgrado de Farmacia Comunitaria es uno en los que se observa menos porcentaje de “me encantaría cursarlo”, además el porcentaje de “nunca lo cursaría” es mayor que la suma de los porcentajes de “quizás lo cursaría” y “me encantaría cursarlo”. Se pudiera suponer, que los estudiantes están cursando un *pensum* muy enfocado al área sanitario-asistencial y piensen que poseen todas las herramientas necesarias para realizar adecuadamente su ejercicio profesional.

Las áreas más aceptadas por los estudiantes de la UCV, coinciden con las de los farmacéuticos que es Gerencia y Mercadeo.

En el caso de la USM, los tres primeros postgrados que a los farmacéuticos les “encantaría cursar”, son Gerencia, Farmacología y Farmacia Comunitaria. (Gráfico 40).

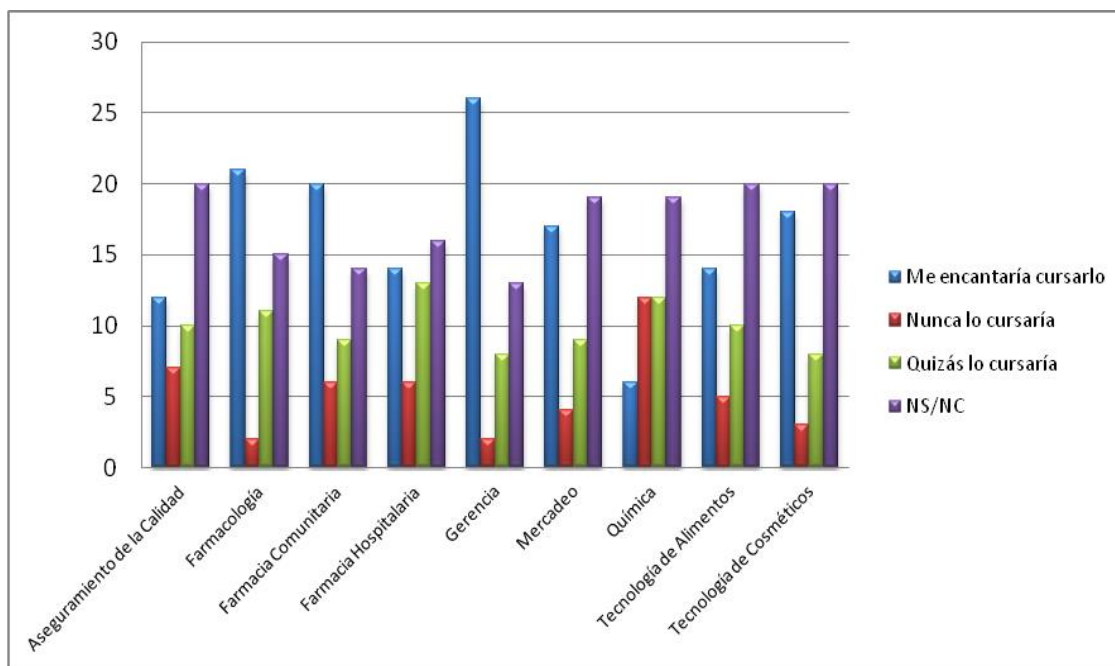


Gráfico 40. Preferencia de los estudios de cuarto nivel de los Farmacéuticos de la USM. n=54. Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas

En el caso de los estudiantes, (Gráfico 41) la primera opción con un número elevado de interesados es Farmacología. Llama la atención a los investigadores que uno de los porcentajes más bajos sea el de Farmacia Comunitaria. Se debería revisar en otra oportunidad de forma más exhaustiva este resultado.

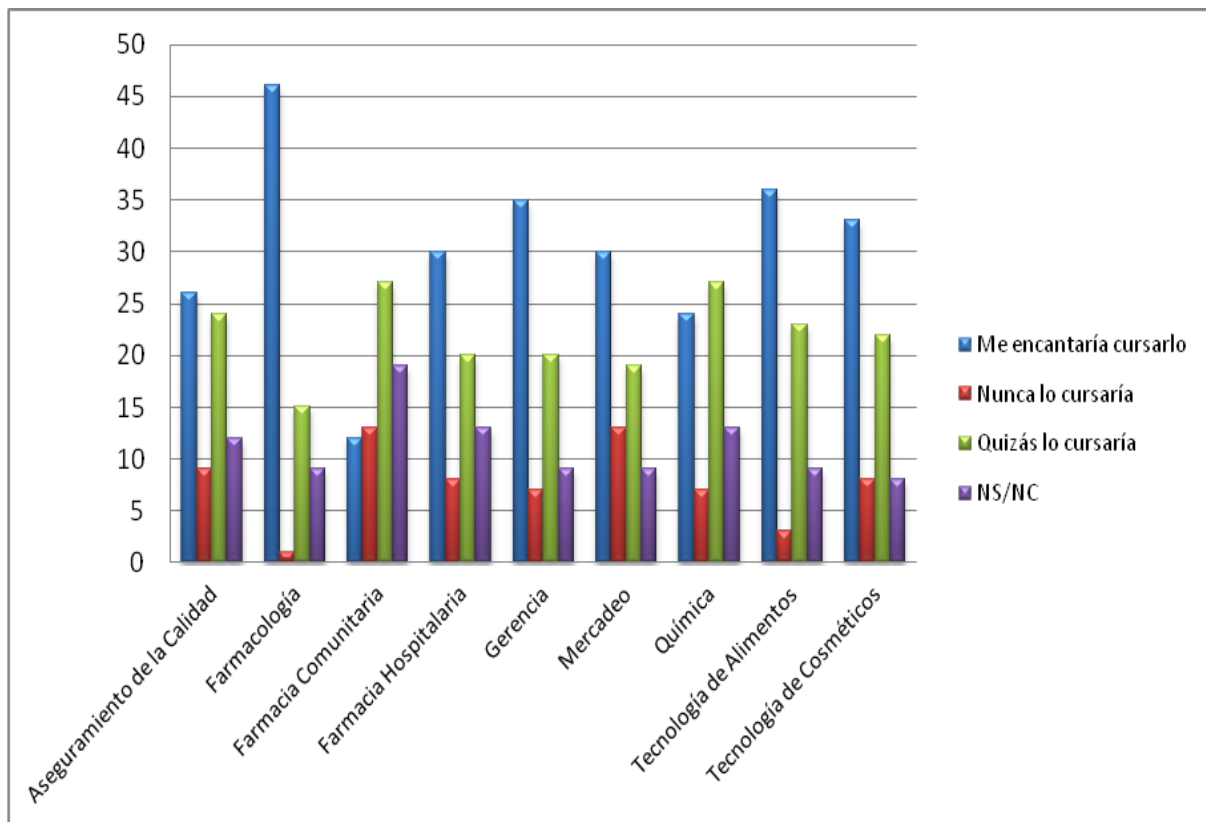


Gráfico 41. Preferencia de los estudios de cuarto nivel de los estudiantes de la USM n=76.
 Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas.

Como hipótesis se podría plantear que los estudiantes de esta universidad no poseen una información adecuada de lo que contempla el postgrado de Farmacia Comunitaria, o pudiesen tener un concepto errado de esa área de la profesión.

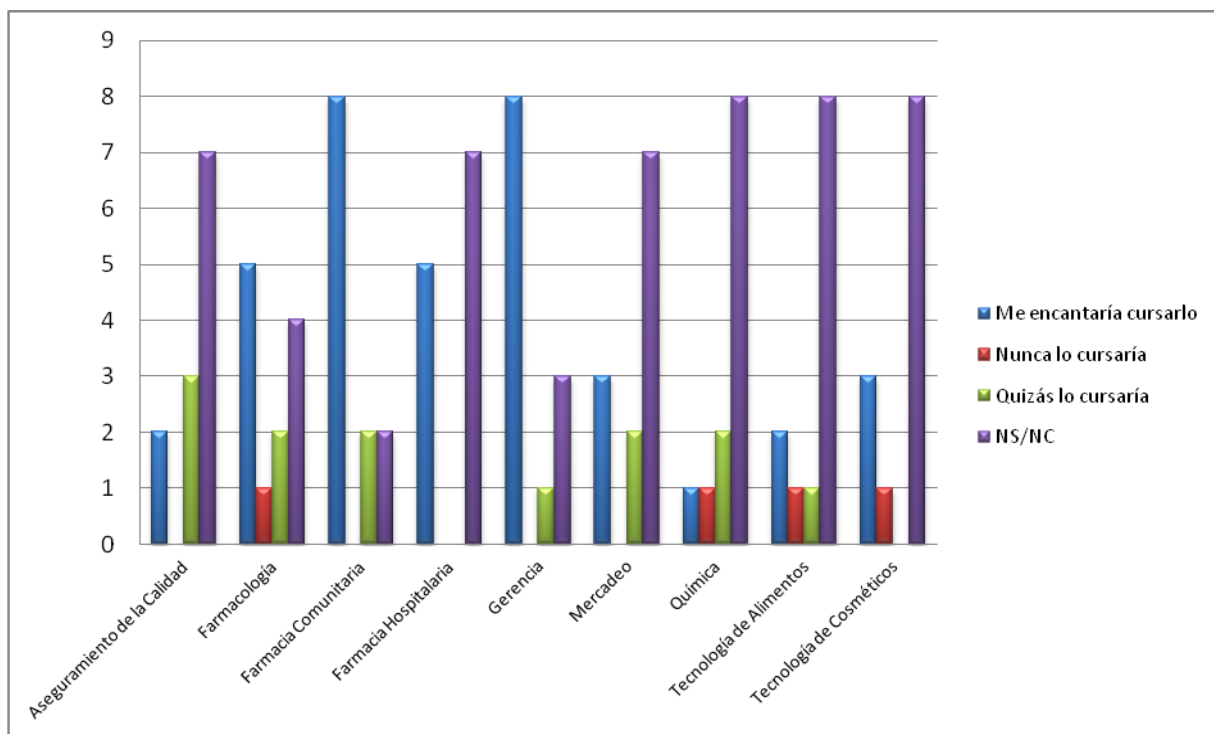


Gráfico 42. Preferencia de los estudios de cuarto nivel de los farmacéuticos de la ULA, n=18. Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas.

El resultado obtenido en los farmacéuticos de la ULA, es que les encantaría realizar el Postgrado de Farmacia Comunitaria y el de Gerencia en la misma proporción. Además se observa un alto porcentaje de personas que contestaron “Ns/Nc”, esto es importante, ya que con una buena campaña informativa, la Facultad pudiese captar a esas personas y a todos los demás encuestados de la muestra que manifestaron que “quizás lo cursaría”.

Otra información que se considera importante a fin de poder concluir de forma amplia, es determinar si los encuestados que conocían los postgrados quieren hacer estudios de cuarto nivel, esa información se observa en los gráficos subsiguientes.

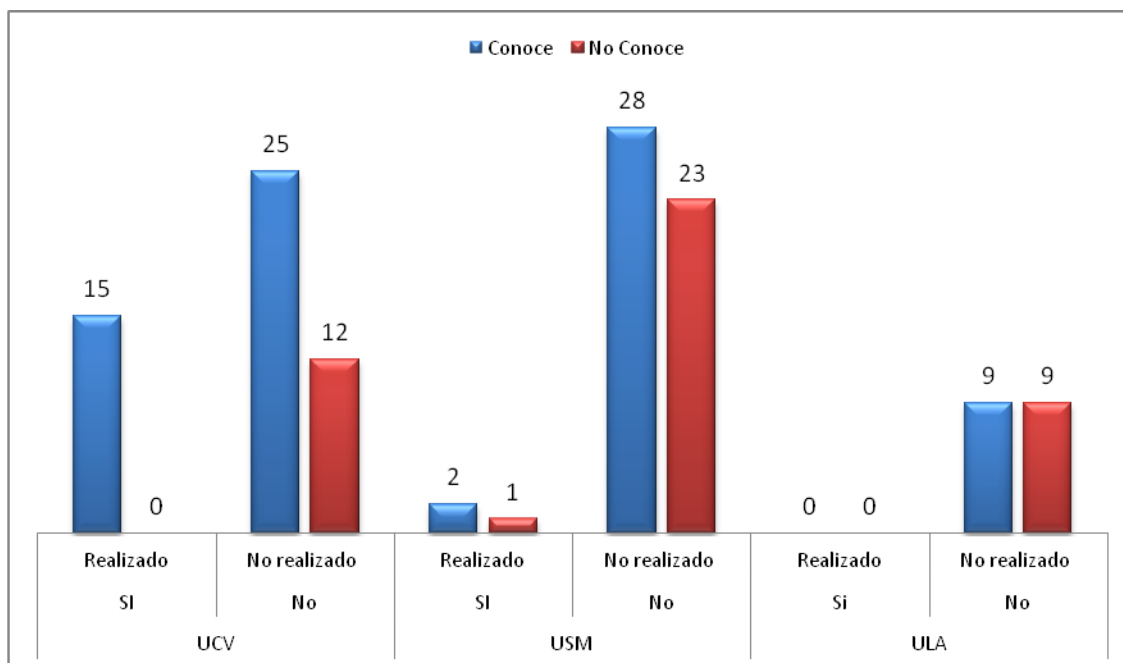


Gráfico 43. Conoce los Postgrados vs. cursó Postgrados según Universidad, n=124.

Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas.

La muestra para elaborar el Gráfico 43 es de 124 farmacéuticos. Tómesese en cuenta, que se excluyeron los datos de las personas que respondieron “Ns/Nc” para esta representación gráfica. Se destaca que los farmacéuticos que han realizado estudios de cuarto nivel en proporción, son menores al grupo de los que no han realizado estudios de cuarto nivel y, de los que no conocen los postgrados que se dictan en la Facultad de Farmacia.

Es decir, la dirección de Postgrado de la Facultad de Farmacia, tiene un nicho muy amplio de potenciales clientes, como se puede ver el en Gráfico 44, de los farmacéuticos que conocen los postgrado y no han realizado ningún estudio de cuarto nivel representa el 80% de los encuestados.

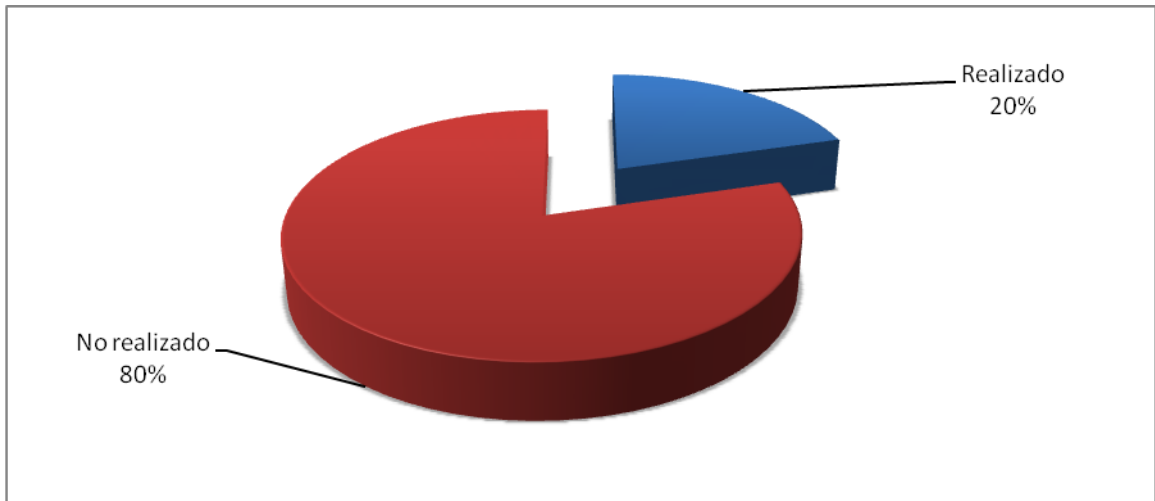


Gráfico 44. Farmacéuticos que conocen los Postgrados y que lo han realizado vs. no realizado, n=158. Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas

En el Gráfico 45 se representa a los farmacéuticos que no conocen los postgrados, pero si quieren cursarlo

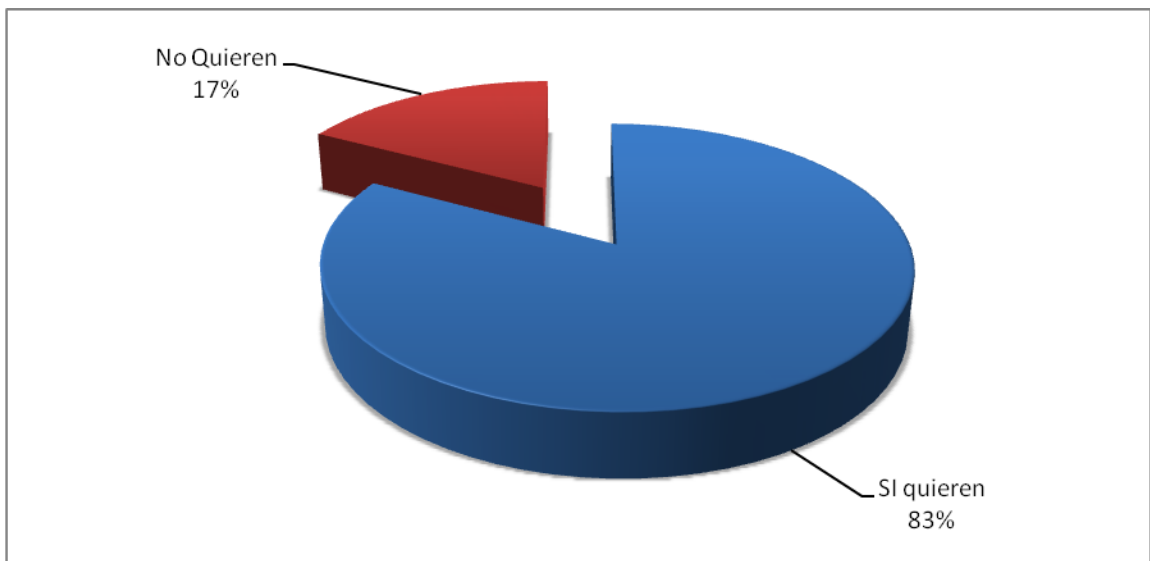


Gráfico 45. Farmacéuticos que no han realizado Postgrados y que están interesados, n=111. Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas

Solamente el 17% de los encuestados no desean realizar postgrado en la Facultad, lo que se vuelve a corroborar que existe un nicho grande a los que se puede captar.

La opinión de los estudiantes se observa en el Gráfico 46.

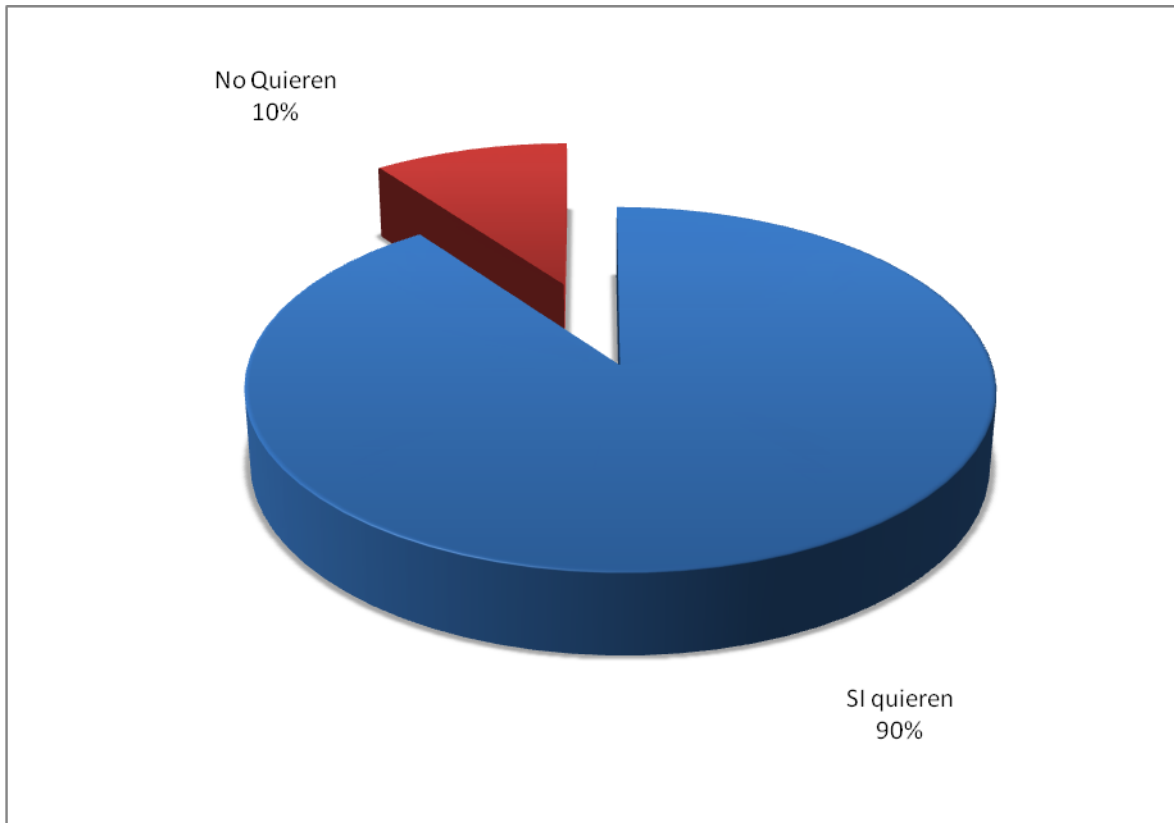


Gráfico 46. Estudiantes que están interesados en realizar Postgrados en la Facultad de Farmacia, n=54. Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas

El 90% de los estudiantes encuestados desean realizar postgrados. Esto representa una oportunidad de aumentar la matrícula de los postgrados, realizando una campaña comunicacional estratégica, informando de las ventajas competitivas que cada uno de los postgrado ofrece al cursante.

Se intenta con el Gráfico 47, relacionar el sitio donde trabaja el encuestado con el área donde quieren desarrollarse.

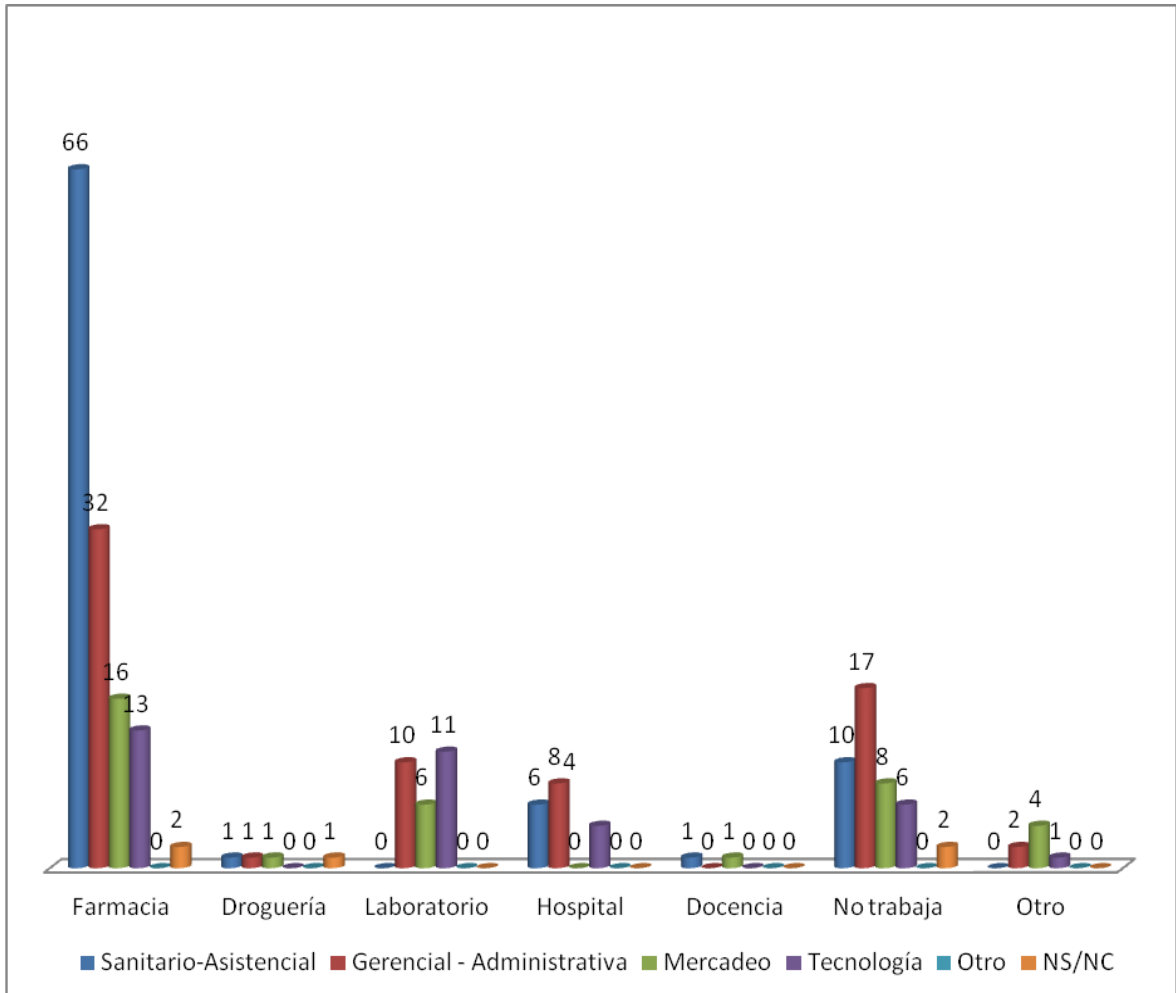


Gráfico 47. Área donde trabaja vs. área donde quiere desarrollarse, n=255.

Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas

Para fines de la investigación se comentará sobre los valores de las personas que trabajan en oficina de Farmacia, objeto de este trabajo de investigación.

La mayoría desea desarrollarse en el área Sanitario-Asistencial, sigue el área gerencial administrativa, luego mercadeo y por último el área tecnológica. Si se revisaran nuevamente los resultados obtenidos en la pregunta 20 de la encuesta, se advierte que los ítems con mayor cantidad de respuestas son Atención Farmacéutica, área netamente Sanitario-Asistencial y Manejo de

Personal, que es del área Gerencial. Se puede inferir que los farmacéuticos que ejercen la profesión en la oficina de farmacia, deben tener un amplio bagaje de conocimientos para realizar de forma apropiada su ejercicio profesional.

La otra interrogante de los investigadores es el área donde trabaja vs. motivación a realizar estudios de cuarto nivel, obteniéndose los resultados observados en el Gráfico 48.

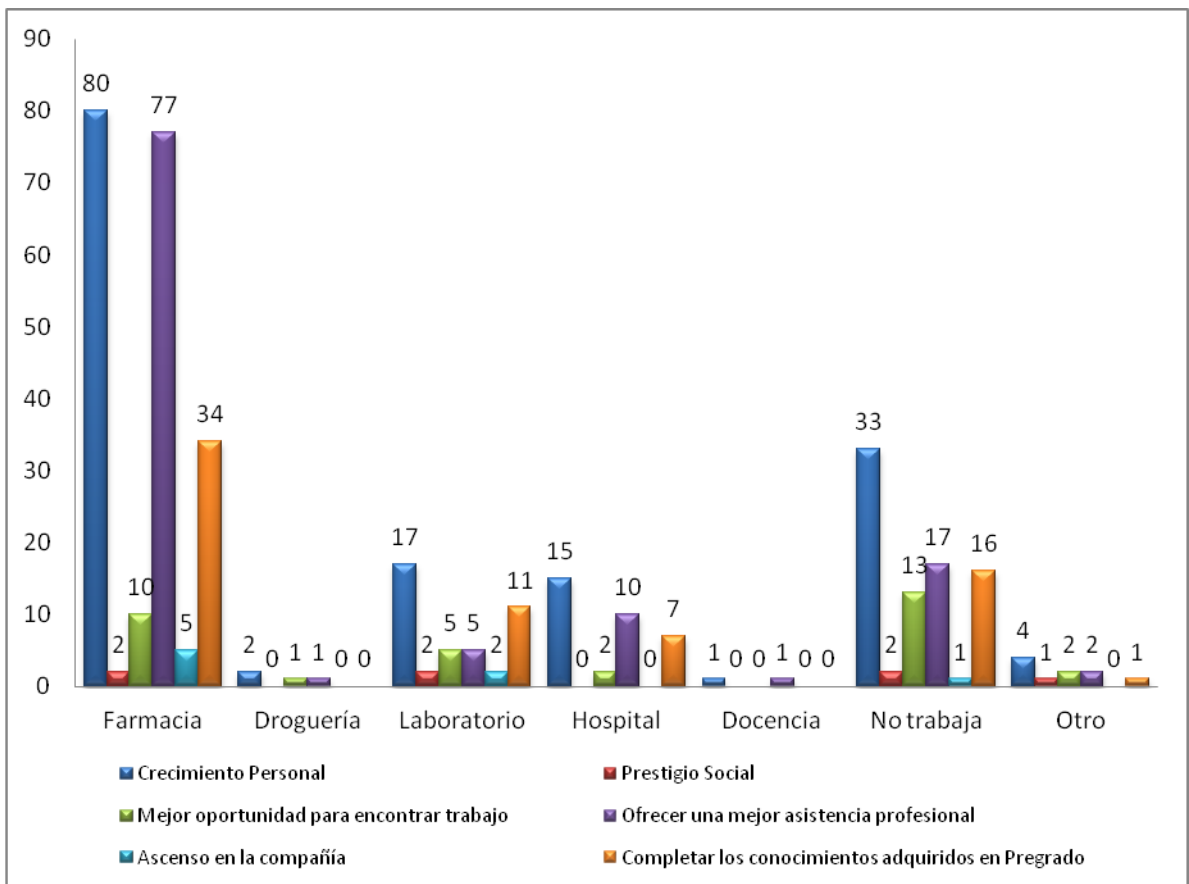


Gráfico 48. Área donde trabaja vs. Motivación, n=255.

Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas

Se analiza solamente el área correspondiente a la farmacia, por las razones expresadas anteriormente.

Se observa que los motivos “crecimiento personal” (80) y “ofrecer una mejor asistencia profesional” (77), son proporcionalmente muy similares. Según Ferrer-López y colaboradores (2007) “el farmacéutico es un recurso solicitado por todas las clases sociales y pudiera estar generado en parte, por la incapacidad de tiempo para asistir al médico, convirtiéndose la farmacia en un lugar factible para encontrar asesoramiento sanitario.”

Para González V. (2011), la percepción que posee el paciente del farmacéutico “es un profesional de la salud que: lo orienta en el uso adecuado de los medicamentos (53%), Cuida de su salud (16%) y le Presta un servicio importante (15%)”. Además González (*op cit*) al preguntar sobre el grado de satisfacción que poseen los pacientes en relación al desempeño del farmacéutico, obtuvo el siguiente resultado “28,4% de las personas estuvieron completamente satisfechas y 53,4% estuvieron satisfechas. Este alto grado de satisfacción con el desempeño del profesional farmacéutico, pone en relieve la gran estima que se tiene a este profesional y del servicio que presta”.

Se puede deducir entonces que, siendo la farmacia el lugar por excelencia donde las personas acuden a buscar asesoramiento, no es erróneo pensar que ésta sea la motivación que tengan las personas que allí trabajan, de crecer como profesionales y dar la mejor atención al paciente.

Otro cruce ejecutado fue lo opinaron los farmacéuticos sobre el significado del término “Farmacéutico Comunitario” vs. el año de graduación y la universidad donde estudió (Gráfico 49). Cabe destacar que hay un dato en este gráfico de

“Ns/Nc”, que se refiere a los farmacéuticos que en la encuesta no contestaron el año de graduación, pero si contestaron cuál es el significado.

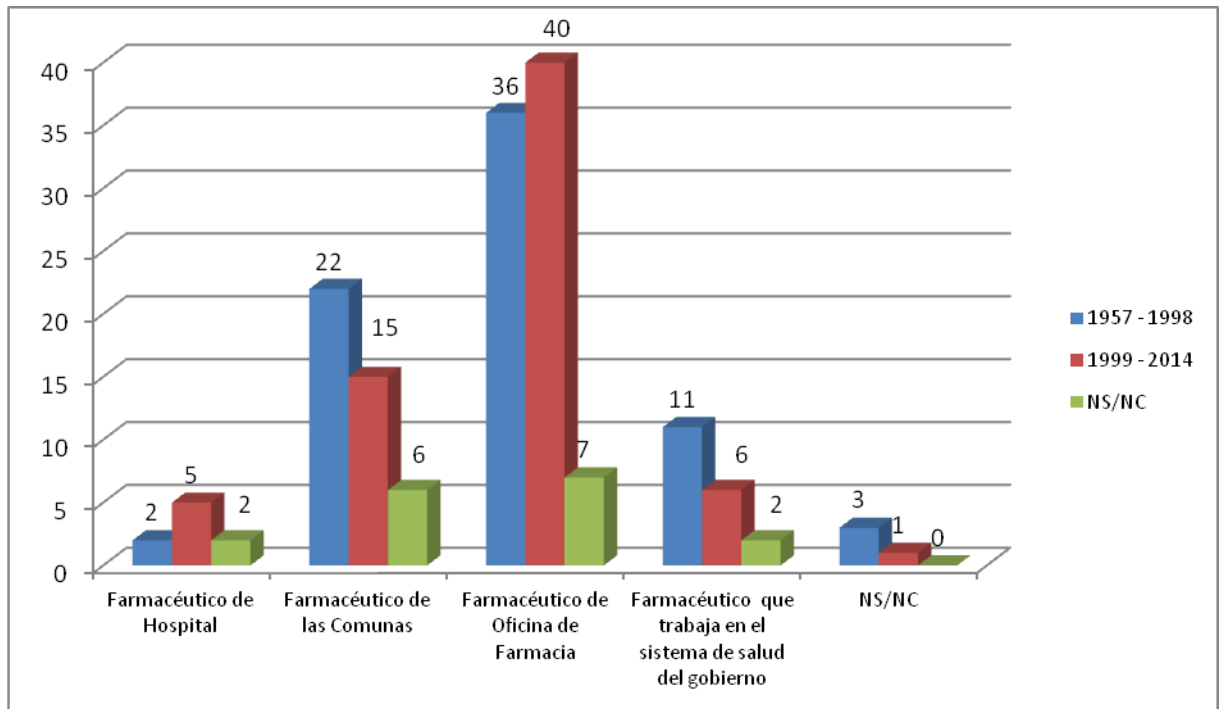


Gráfico 49. Significado del término “Farmacéutico Comunitario” según período de graduación, n=158. Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas

Se aprecia que el número de farmacéuticos que contestaron que el verdadero significado es “Farmacéutico de Oficina de Farmacia” son muy similares, 36 del periodo (1957-1998) a 40 de (1999-2014), de los que no colocaron el año de graduación, 7 también manifestaron la respuesta correcta.

Esto implica que 83 de los farmacéuticos encuestados conocen el verdadero significado del término, pero 75 de los farmacéuticos encuestados dieron una respuesta distinta, solo hay una diferencia de 8 farmacéuticos. Se puede inferir que las universidades no estén informando adecuadamente sobre esta área, o puede ser por los cambios políticos que se han suscitado en Venezuela desde

el año 1999, donde se comenzó hablar de forma continua sobre las comunas, hayan influido en forma negativa sobre la interpretación del concepto. En el Gráfico 50, se muestran los resultados de la misma pregunta, pero en este caso, tomando en cuenta la universidad donde estudió el encuestado

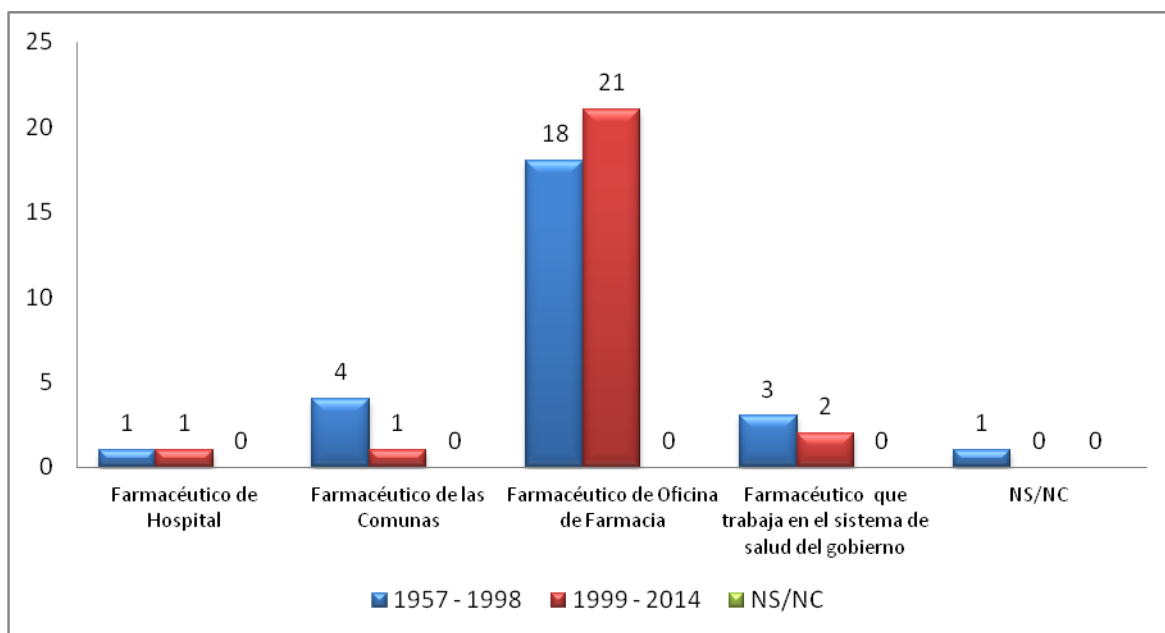


Gráfico 50 Significado del término “Farmacéutico Comunitario” según periodo de graduación de los Farmacéuticos de la UCV, n=52. Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas

Se observa que la proporción del verdadero significado del término es muy parecida, ya que sólo se obtuvo una diferencia de 3 farmacéuticos. El término de Farmacéutico de la Comuna, se puede ver en una proporción muy baja.

En los Gráficos 51 y 52 se presentan los porcentajes de farmacéuticos de diferentes periodos de graduación que señalaron el significado correcto del concepto de Farmacéutico comunitario y del concepto erróneo de farmacéutico de las comunas. Se gráfica a continuación el término de farmacéutico comunitario y de las comunas, que son los términos que pudiesen tener mayor

confusión en los encuestados, por lo dicho anteriormente sobre la situación político-social por la que se vive en Venezuela actualmente.

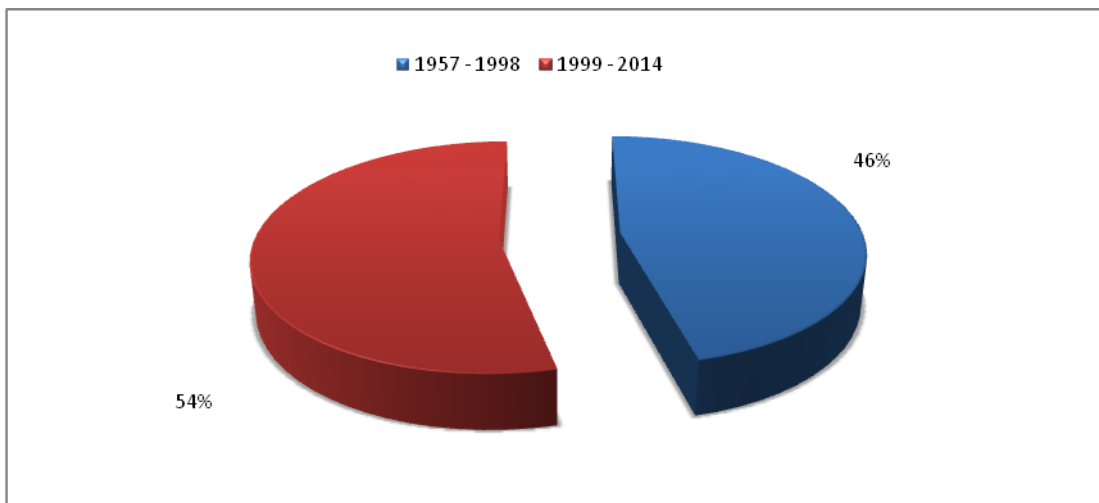


Gráfico 51. Farmacéuticos de la UCV que contestaron “Farmacéutico de Oficina de Farmacia”, n=52.

Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas

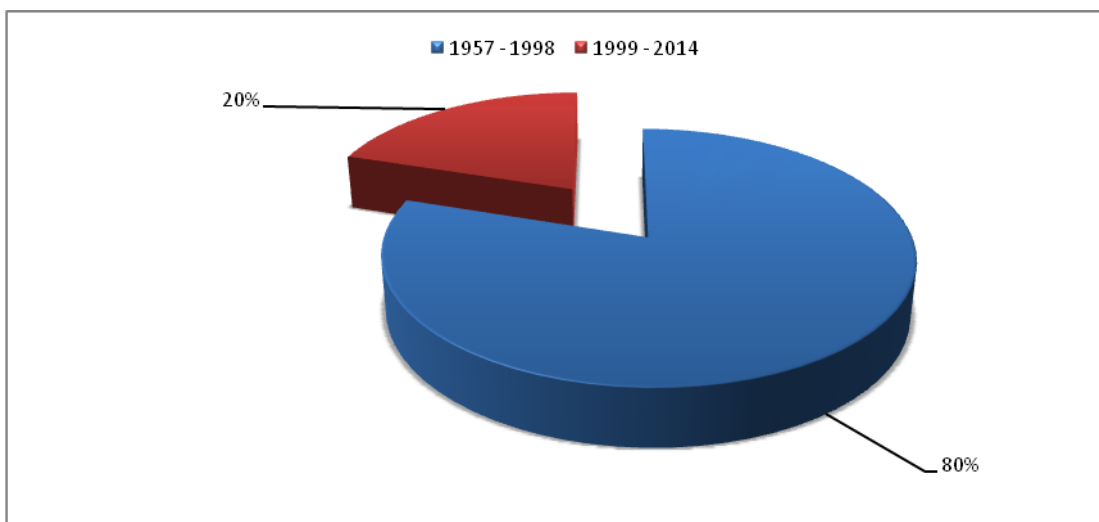


Gráfico 52. Farmacéutico de la UCV que contestaron “Farmacéutico de las Comunas”, n=52. Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas

Se advierte una disminución significativa en los porcentajes, lo que puede suponer que el cambio curricular implementado en la UCV, donde se explica a los estudiantes desde el inicio de la carrera, cuáles son los espacios de trabajo

del farmacéutico, y los diferentes perfiles profesionales (currículo de la Facultad de Farmacia, 1999), pudiese haber determinado la correcta interpretación del concepto en los futuros profesionales.

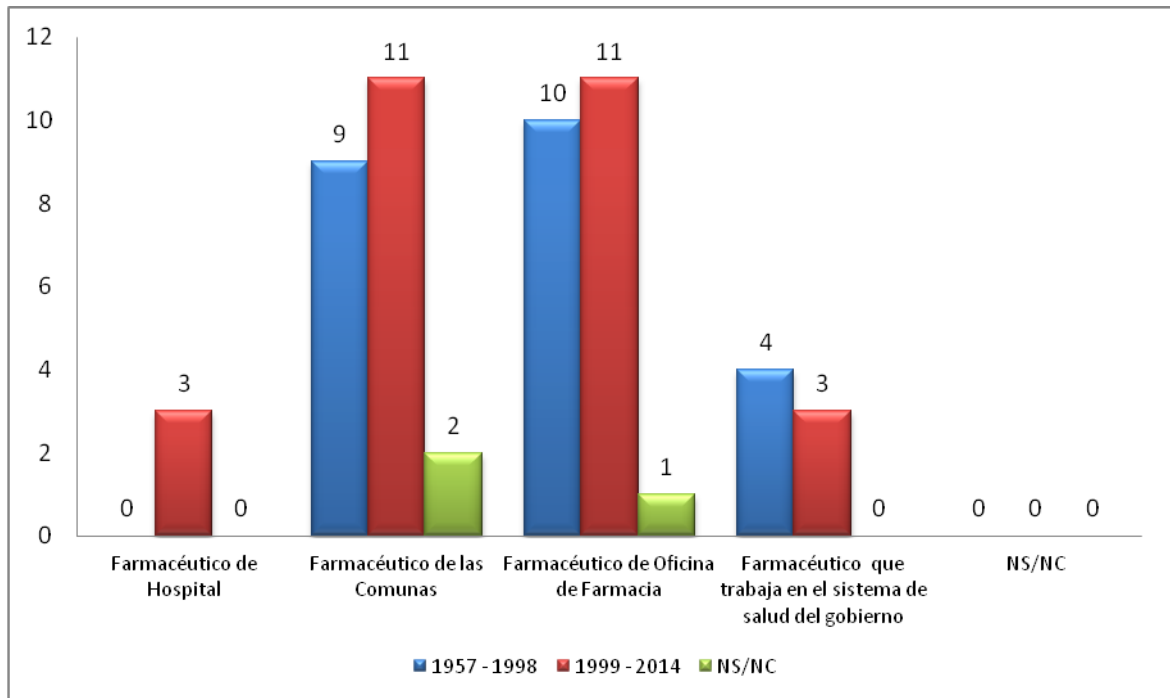


Gráfico 53. Significado del término “Farmacéutico Comunitario” según época de graduación de los Farmacéuticos de la USM, n=54. Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas

En relación a los egresados de la USM, la proporción es muy parecida en las dos etapas del estudio en lo que concierne a los ítems “Farmacéutico de la Oficina de Farmacia” y “Farmacéutico de las Comunas”. Además se advierte que existe una mayor proporción de farmacéuticos de la USM en relación a la UCV, que consideran que son “Farmacéuticos que trabajan en el sistema de salud del gobierno” y “Farmacéutico de Hospital”. Se puede suponer que en la USM, al no existir la asignatura Atención Farmacéutica, no hay una inducción

directa a los estudiantes del área Sanitario-Asistencial, produciéndose esas confusiones.

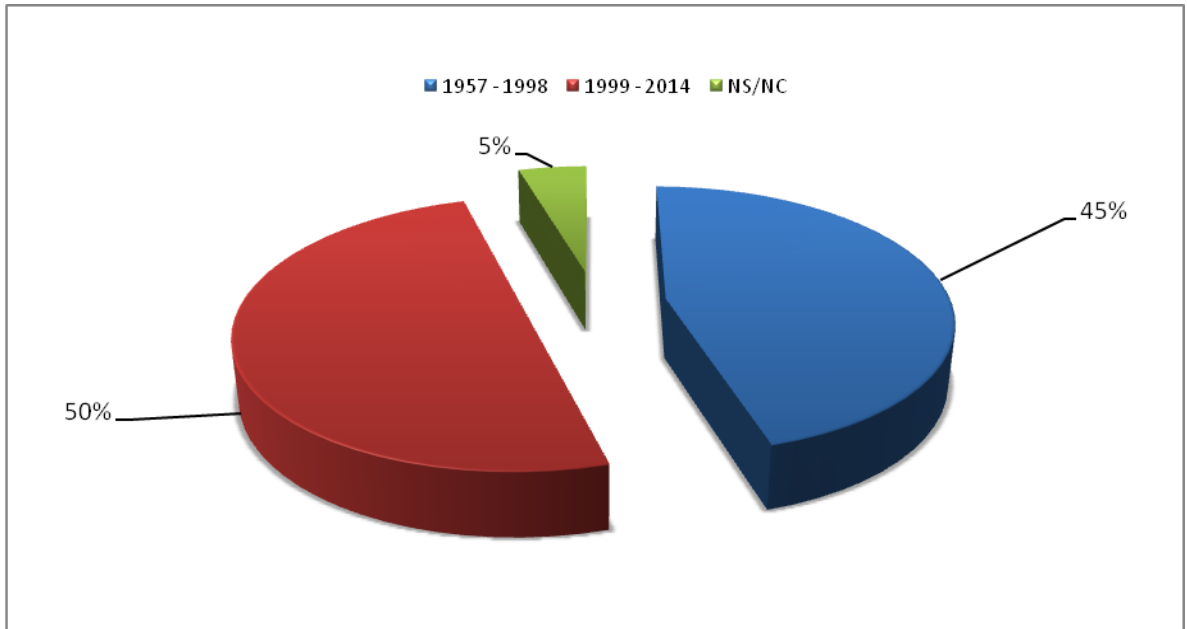


Gráfico 54. Farmacéuticos de la USM que contestaron “Farmacéutico de Oficina de Farmacia”, n=54. Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas

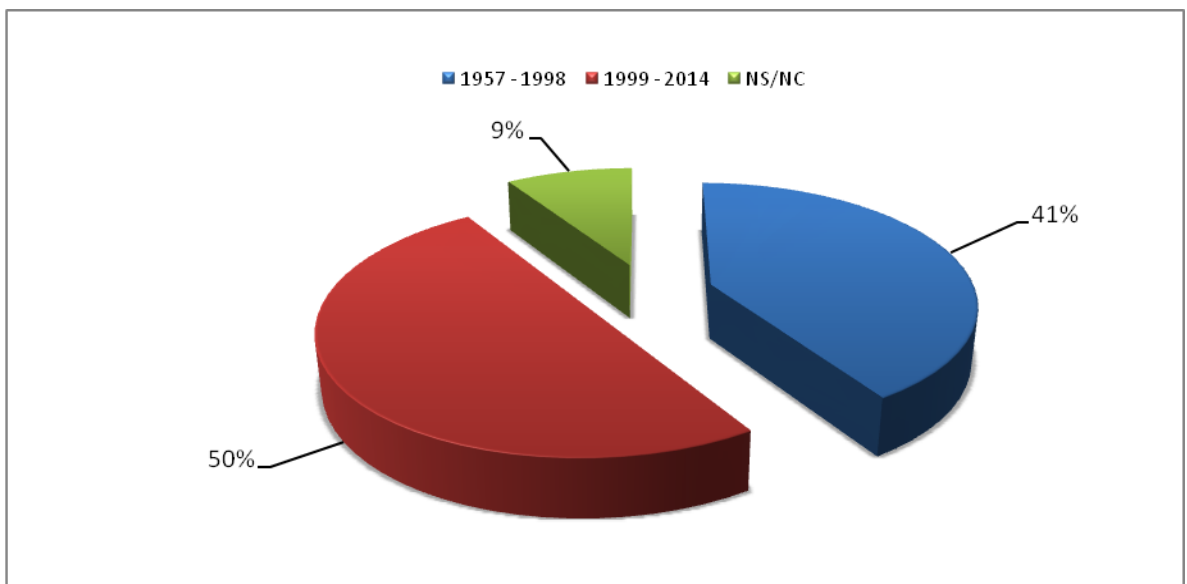


Gráfico 55. Farmacéutico de la USM que contestaron “Farmacéutico de las Comunas”, n=54. Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas

Como se observa en los Gráficos 54 y 55, los porcentajes son exactamente iguales, el 50%.

A continuación se revisan los datos extraídos de los encuestados egresados de la ULA.

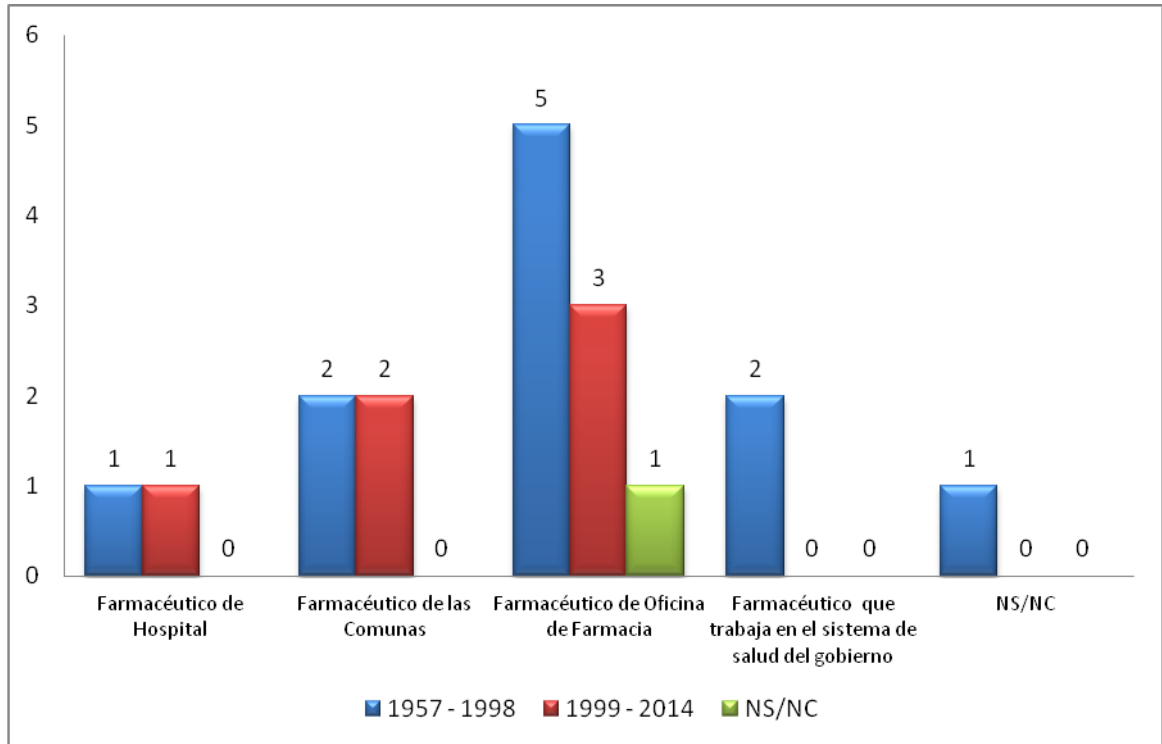


Gráfico 56. Significado del término “Farmacéutico Comunitario” según época de graduación de los Farmacéuticos de la ULA, n=18. Fuente: Datos propios. Basado en el total de respuestas

En los egresados de la ULA, se observa que hay una proporción mayor de los egresados de 1957-2009 que dicen “Farmacéutico de Oficina de Farmacia”, pero la proporción de “Farmacéutico de Hospital” y “Farmacéutico de las Comunas”, son dimensiones exactamente iguales.

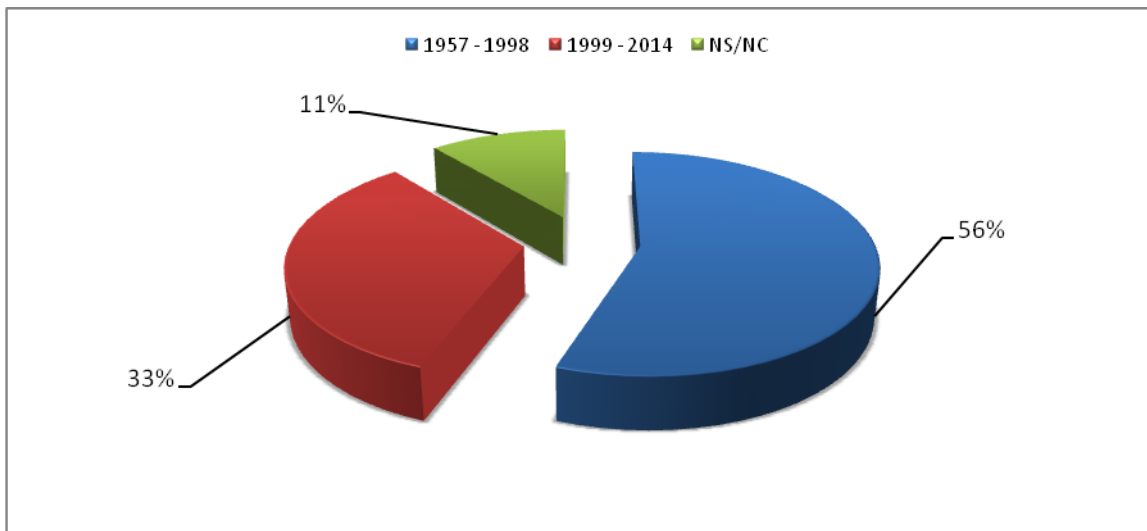


Gráfico 57. Farmacéuticos de la ULA que contestaron “Farmacéutico de Oficina de Farmacia”. n=18. Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas

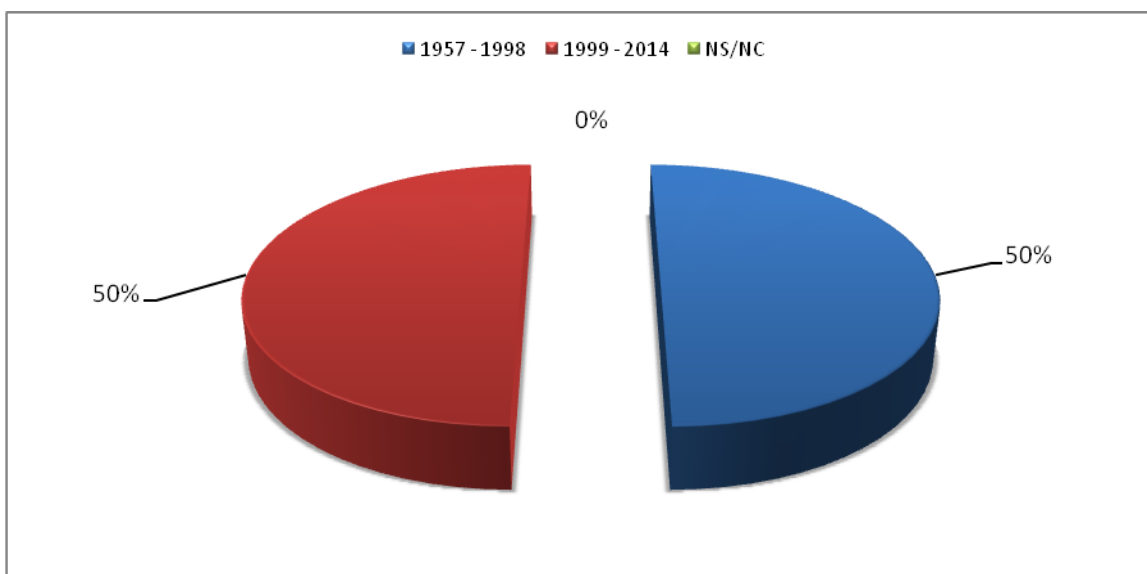


Gráfico 58 Farmacéuticos de la ULA que contestaron “Farmacéutico de las Comunas”. n=18. Fuente: Datos propios. Porcentajes basados en el total de respuestas

Sucede exactamente lo mismo que en la USM, lo que hace presumir, que en estas Universidades no hay información específica en relación a los roles del profesional farmacéutico, cada universidad se enfoca en su área.

Se considera que esta distorsión tan grande no debería existir, debido a que cuando los estudiantes egresan, independientemente de cuál sea la universidad, para el país y para el gremio es “Farmacéutico” que debe poseer las herramientas necesarias para enfrentar todos los ámbitos del ejercicio profesional.

En relación a los farmacéuticos que no contestaron en la encuesta el año de graduación, que en los gráficos anteriores se denominó “Ns/Nc” y están identificadas con el color verde, no se graficaron los resultados de ese lote debido a que las opiniones son iguales (50%) a las observadas en los gráficos de la USM y ULA.

Etapas de Análisis III

En la fase III del análisis de los resultados, se establecieron las competencias que manifestaron los entes empleadores que necesitan que posean los farmacéuticos, como conducta de entrada para laborar en sus farmacias.

Se obtuvo respuesta de la empresa Farmatodo, el cual posee dos conductas de entrada para el farmacéutico, según sea el cargo al que aspire “Farmacéutico Regente” o “Farmacéutico Asistencial”, este último encargado de realizar el proceso de Dispensación Activa, la cual consiste en entregar el medicamento con toda la información necesaria y Atención Farmacéutica, que radica en realizar el seguimiento farmacoterapéutico del paciente y llegar a un resultado, además de educar a la comunidad.

También se consultaron los perfiles de las Empresas FarmAhorro, Farmaplus, PharmAtención, SAS y Proveeduría Farmacéutica del Instituto de Previsión del Profesorado de la Universidad Central de Venezuela (IPP). Las Tablas VIII, IX y X, resumen los requerimientos de cada ente empleador en cuanto a conocimientos de los farmacéuticos.

Tabla VIII Conocimientos que debe poseer el Farmacéutico que labora en Oficina de Farmacia, según algunos entes empleadores

Farmatodo (Regente)	Farmatodo (Asistencial)	Farmahorro	Farmaplus	PharmAtención	SAS	Proveeduría IPP
Atención al Paciente	Atención al Paciente	Atención al Paciente	Manejo, almacenamiento y venta de los productos farmacéuticos.	Atención al Paciente	Atención al Paciente	Manejo de Almacenamiento
Conocimiento de la Legislación	Conocimiento del proceso de Atención Farmacéutica	Atención Farmacéutica	Correcta elaboración de las fórmulas magistrales.	Farmacoterapéutica	Conocimientos en Legislación	Control de Inventario
Manejo de Personal	Manejo de Office	Legislación	Seguimiento de las devoluciones de medicamentos	Recetura	Control de Inventarios	Manejo de Windows
Control de Inventarios		Almacenamiento de los medicamentos	Conocimiento de los requisitos legales y regulatorios	Gestión del Medicamento	Compras	Conocimiento de Legislación
Recetura		Compra	Control de Inventario	Control de Inventarios	Gestión del Medicamento	Manejo de Personal
Gestión del Medicamento		Control de Inventarios	Manejo de personal	Compras		
Manejo de Windows		Mercadeo		Amplios conocimientos de Legislación		
Compra		Indicadores de Venta		Manejo de Windows		
Administración del local						

Fuente: perfiles de los entes empleadores

Tabla IX Destrezas que debe poseer el Farmacéutico que labora en Oficina de Farmacia, según algunos entes empleadores

Farmatodo (Regente)	Farmatodo (Asistencial)	Farmahorro	PharmAtención	SAS	Proveeduría IPP
Capacidad de decisión	Capacidad de decisión	Capacidad de Análisis	Liderazgo	Orientación al Logro	Organizado
Relaciones Interpersonales	Educador	Motivación al Logro	Asertividad	Liderazgo	Responsable
Manejo de la Presión	Comunicador	Orientación de servicio al cliente	Capacidad de Decisión	Toma de Decisiones	Negociador
Habilidad Numérica	Estudiante permanente	Liderazgo	Criterio	Disposición al cambio	Buen trato con el público
Trabajo en Equipo	Líder	Trabajo en Equipo	Proactividad	Aprendizaje Efectivo	Liderazgo
Capacidad Didáctica	Manejo de la presión	Flexibilidad y Adaptación	Trabajo en Equipo	Autodesarrollo	Toma de decisiones
Conocimiento de su Entorno	Habilidad Numérica		Manejo de la Presión	Habilidades Supervisoras	
	Trabajo en Equipo		Manejo de Conflictos	Orientación al Cliente	
	Manejo de Personal			Innovación	
				Organización del Trabajo	
				Efectividad Grupal e Interpersonal	
				Comunicación Asertiva	

Fuente: perfiles de los entes empleadores

Tabla X Valores que debe poseer el Farmacéutico que labora en Oficina de Farmacia, según algunos entes empleadores

Farmatodo (Regente)	Farmatodo (Asistencial)	Farmaplus	PharmAtención	SAS
Ética	Ética	Mejora continua de los procesos	Compromiso	Mejora continua de los procesos
Responsabilidad	Responsabilidad	Planificación/Organización	Integridad	Vocación de servicio
Iniciativa	Iniciativa		Ética Profesional	Atención a las Comunidades
Excelente Atención al Cliente	Atención al Cliente		Vocación de Servicio	Planificación
			Sensibilidad Social	Organización
			Responsabilidad	
			Calidad en el Desempeño	

Fuente: perfiles de los entes empleadores

Los entes empleadores necesitan que los farmacéuticos posean ciertas habilidades como son “Atención al Paciente”, “Manejo de Personal”, “Control de Inventarios”, “Administración”, ninguna de estos conocimientos se dicta actualmente en el Postgrado de Farmacia Comunitaria. Si se retrocede a la Tabla VI, se observa que en orden decreciente los farmacéuticos opinaron que quienes trabajan en oficinas de farmacia deberían tener como herramientas: Manejo de Personal, Atención Farmacéutica, Comunicación Interpersonal, Control de Inventarios, Farmacoterapéutica, Farmacología, Práctica Profesional, Administración, Primeros Auxilios, Fórmulas Magistrales, Computación, Salud Pública, Legislación, Mercadeo, Manejo de Desastres, Estudio Integral de Comunidades, Biofarmacia y Química.

Existen múltiples conocimientos que actualmente no son dictados en el Postgrado de Farmacia Comunitaria y, tampoco se dictan en los *pensa* de estudios de pregrado de las distintas universidades, por ejemplo “manejo de personal”. Este dato es importante que lo tengan en consideración las personas que realizarán la reestructuración de la Especialización de Farmacia Comunitaria de la Facultad de Farmacia de la UCV, ya que daría al postgrado una ventaja competitiva, que aportaría a los cursantes un mayor valor agregado.

No se puede olvidar que “es la voz del consumidor la que está hablando” (los entes empleadores y los farmacéuticos). (Jiménez, C., 2012)

En relación a las destrezas solicitadas, se puede advertir que los farmacéuticos deben poseer competencias gerenciales, de trabajo en equipo y de toma de decisiones entre otras, aspectos estos, que tampoco se imparten actualmente en el Postgrado de Farmacia Comunitaria.

Si bien es cierto que la Oficina de Farmacia es un establecimiento que cumple con una función social importante, porque entrega los medicamentos a los pacientes con el consejo sobre todo lo relacionado con la terapia y con la salud, también tiene otra actividad de gestión administrativa y gerencial que se debe tomar en consideración al momento de realizar cambios curriculares.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

En este trabajo de investigación el mayor porcentaje de encuestados es del sexo femenino (71%), dato que históricamente se observa en los estudiantes de las distintas facultades de farmacia del país.

El 38% de los encuestados manifestaron que los conocimientos impartidos durante el pregrado eran aptos para su ejercicio profesional, de lo que se podría deducir que el *currículo* de las diferentes universidades se adecua a la práctica profesional. Sin embargo, ante un mundo cambiante, influido por variables económicas, culturales, políticas y sociales, el profesional farmacéutico requiere actualizarse constantemente, de hecho, el 30% de la muestra, opinó que necesitaba orientación o reforzamiento en ciertas áreas y, el 18%, aunque admitía que eran suficientes los conocimientos impartidos, piensa que el profesional necesita actualizarse constantemente.

Podría concluirse que los *pensa* de estudios deben ser revisados y adaptados a la práctica profesional continuamente ya que ésta sufre una constante evolución.

Se determinó que en términos generales el 84% los encuestados desean realizar estudios de cuarto nivel en la Facultad de Farmacia UCV.

En el análisis de los datos obtenidos, se determinó que el 56% de las personas encuestadas no conocían los postgrados que se dictan en la Facultad de Farmacia de la UCV. Este porcentaje representa un nicho de mercado importante, al que la Dirección de Postgrado, debe dirigir sus esfuerzos para captarlo mediante estrategias adecuadas. Este esfuerzo pudiese traducirse en el incremento de la matrícula de los diferentes postgrados. Si se admite que se requieren de estrategias que faciliten esta “captación”, se deben evaluar los medios por los cuales se dan a conocer los cursos de cuarto nivel dictados en la Facultad de Farmacia.

De las personas que conocen los postgrados (143/255), el 45% lo conoce a través de la página web de la Facultad, 33% por un amigo y en un porcentaje menor, el 5%, a través de los trípticos. Se concluye que en esta época, donde la tecnología ocupa un espacio importante en la vida de los consumidores, el uso de medios digitales para la difusión de la información referente a los estudios de cuarto nivel, es más efectiva que el empleo de técnicas más elementales, como el tríptico o el volante.

En los últimos años se ha realizado una campaña publicitaria, tratando de crear en la población una conciencia ecológica y de prevención, promoviendo la concientización como un ámbito preventivo para un futuro sustentable y seguro. Dicha campaña, pudiese influir en los encuestados al rechazar la alternativa del uso de papel (trípticos) como un medio de publicidad.

Otro punto importante que se observó, es que la comunicación interpersonal sigue siendo un medio efectivo de publicidad, para dar a conocer algún producto o servicio.

Se descubrió en la muestra encuestada, que las personas si quieren realizar estudios de cuarto nivel en la Facultad de Farmacia. Y los principales motivos son “crecimiento personal” (40%), “ofrecer una mejor asistencia profesional” (30%) y “completar los conocimientos adquiridos en pregrado” (18%). Por lo que se puede concluir que cada ser humano busca satisfacer sus necesidades, desde las más básicas hasta las de autorrealización. Nuevamente se observa, que existe un segmento del mercado susceptible a ser captado como estudiante de postgrado, si la información llega de forma oportuna.

En relación a los horarios, los de mayor aceptación para realizar estudios de cuarto nivel son el “nocturno” o los “fines de semanas”. La mayoría de las personas encuestadas trabajan y, realizar un postgrado implica que debe poseer tiempo para asistir a las actividades que se le programen, de allí la preferencia. Los postgrados a dedicación exclusiva, implican que los interesados deben poseer un ente financiador.

Un 22% de las personas encuestadas, a quienes se les preguntó sí estarían interesados en realizar el Postgrado de Farmacia Comunitaria, contestaron que le “encantaría cursarlo” y que “quizás lo cursaría” un 55%, pero 32% contestó “Ns/Nc”. Se concluye nuevamente, que con una buena campaña publicitaria

para promocionar al postgrado, se pudiese incrementar el número de aspirantes.

A través de la investigación se determinó que la expresión “Farmacéutico Comunitario” no tiene el mismo significado para todos los farmacéuticos encuestados (158). Encontrándose que un 27% manifiesta que son “Farmacéuticos de las Comunas”, el 12%, un farmacéutico que trabaja en el “Sistema de Salud del Gobierno” y un 6% manifiesta que es “Farmacéutico de Hospital”. Es decir 45% de los encuestados tienen un concepto erróneo del significado. Lo que puede traer como consecuencia, que por desconocimiento y/o confusión de la terminología, influenciado quizás por los momentos políticos que vive el país, provoque el desinterés en cursar el Postgrado de Farmacia Comunitaria.

Los farmacéuticos manifestaron, en porcentajes mayores al 90%, que deben poseer conocimientos en Manejo de Personal, Atención Farmacéutica, Comunicación Interpersonal y Control de Inventarios. Conocimientos que actualmente no son impartidos en el Postgrado de Farmacia Comunitaria y que deberían ser tomados en consideración en el cambio curricular que se realice en dicho postgrado.

En relación a los conocimientos que deben tener los farmacéuticos para los entes empleadores, se encuentra Atención al Cliente, Manejo de Personal, Control de Inventarios, Compras, Indicadores de Venta. Además solicitan que tengan destrezas en “Capacidad de Decisión”, “Liderazgo”, “Trabajo en Equipo”,

lo que ratifica que el Farmacéutico de la oficina de farmacia debe poseer destrezas y habilidades tanto del área administrativa-gerencial como de la sanitaria-asistencial.

RECOMENDACIONES

Se sugiere que la Dirección de Postgrado de la Facultad de Farmacia de la UCV, desarrolle una estrategia de comunicación que permita dar a conocer los postgrados, con el objeto de informar y/o persuadir a sus interesados. Para esto, se debe tener mayor presencia en los medios; que los clientes o futuros clientes reciban el mensaje en forma permanente, utilizando un “*mix promocional*” a través de medios convencionales (ATL) como es la prensa, vallas, radio, o por medios no convencionales (BTL) eventos, marketing directo. También utilizando las tecnologías como internet y redes sociales.

La Facultad debe implementar las estrategias adecuadas para captar a ese 84% de personas que están interesadas en hacer postgrados, por ejemplo realizando inscripciones durante todo el año, aunque el proceso de selección sea anual.

Realizar una campaña directa de divulgación de los postgrados en las Facultades de Farmacia de la UCV, USM y ULA.

Este trabajo está enfocado específicamente en los farmacéuticos que laboran en oficinas de farmacia y sus necesidades de estudio de cuarto nivel. En el entendido que en estos establecimientos existen dos áreas de trabajo bien diferenciadas, la gestión administrativa–gerencial (gestión interna) y la gestión orientada a la atención al cliente, se recomienda que el Postgrado de Farmacia Comunitaria sea modernizado, adecuándolo a las necesidades de este

farmacéutico y posteriormente, realizar una campaña de comunicación donde se muestren las ventajas y beneficios que ofrece.

Se recomienda tomar en consideración las necesidades de los clientes recogidas en este trabajo, a fin de crear ese nuevo programa de postgrado adaptado a sus requerimientos.

Se recomienda un cambio en la denominación del Postgrado, a fin de no tener merma en la inscripción del mismo por confusión de los aspirantes en relación a su significado.

A fin de ofrecer una ventaja competitiva a los futuros aspirantes del postgrado, se sugiere a las Autoridades tomar en consideración esta investigación de mercado, donde se recogen las necesidades de los farmacéuticos y de los entes empleadores.

Los investigadores recomiendan que se imparta el postgrado través del Campus Virtual que posee la UCV, a fin de que los farmacéuticos de otras regiones, fuera del área Metropolitana de Caracas, puedan tener la oportunidad de realizar estudios de cuarto nivel.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Con la finalidad de resolver la disminución en la inscripción de aspirantes al postgrado de Farmacia Comunitaria y de ofrecer una guía que sirva para reestructurar el *pensum* de estudios de dicho programa, se debe realizar un proyecto, el cual serviría como una herramienta de planificación, materializado en un documento que realizaría un grupo de profesionales a los cuales se les debe proveer de una serie de elementos como son tiempo, recursos humanos y materiales, costos. (Suárez, Mujica; 2011)

Las características de este proyecto deben ser:

1. Lineales: Desde el planteamiento de problemas hasta la evaluación, cada etapa debe ser completada antes de pasar a la siguiente.
2. Atienden a una lógica: Existe un motivo entre las actividades y los objetivos que se espera lograr en el proyecto
3. Surgen de un diagnóstico: Se detectan situaciones que justifican dicho proyecto, destacándose las necesidades, los intereses de la comunidad (en este caso los farmacéuticos).
4. Diseño: Debe contener una estructura conformada por diagnóstico, objetivo general, objetivos específicos, justificación, actividades, estudio de costo y financieros, elaboración de un cronograma, evaluación y ejecución. (Suárez, Mujica, op cit).

Para competir de forma eficiente se debe innovar constantemente. El Postgrado de Farmacia Comunitaria realizó su última revisión curricular en el año 1997, antes de que la Facultad de Farmacia de la UCV realizará el cambio de *pensum* en el pregrado. Se puede deducir que la Especialización en Farmacia Comunitaria, se encuentra en mora con los cambios del país y de la profesión.

Al momento de innovar hay que tomar en consideración tres (3) métodos claves:

1. Conocer las tendencias de los mercados para aprovechar las oportunidades y estar preparado para las amenazas.
2. Evaluar la oferta según las necesidades y segmentos del mercado. Hoy más que nunca, se debe hacer partícipes a los clientes y obtener insumos claves para el desarrollo de productos y servicios.
3. Conocer los nuevos medios comunicacionales y combinarlos con los tradicionales para lograr mejores resultados. (Jiménez, C. 2012).

Tomando en consideración estos aspectos, se propone que los miembros encargados de la reestructuración del Postgrado de Farmacia Comunitaria, utilicen este trabajo de investigación, como punto de partida, debido a que posee valiosa información expresada por los potenciales interesados, por lo que se considera de gran importancia al momento de realizar el nuevo proyecto.

Con base a los resultados obtenidos, se sugiere un cambio de nombre, ya que las personas que no estudian o no estudiaron en la Universidad Central de Venezuela, en un porcentaje elevado confunde el término "Farmacéutico

Comunitario”, pudiendo traer como consecuencia el no querer realizar el postgrado.

En relación al horario, se pudiera utilizar las nuevas tecnologías. Según Olivero A. y Torres, Y. (2014), manifiestan que en las farmacias,

los dependientes cumplen una función en demasía importante del canal comercial, es decir, un elemento dinámico que además es uno de los factores más importantes para mantener una posición de contacto con el consumidor, por ello su capacitación debe desarrollarse pensada desde y hacia el uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) desde el potencial que presenta el Internet y con aprendizajes tipo *e-learning* el cual permite desde una perspectiva síncrona y asíncrona, la formación y capacitación en función de las necesidades, expectativas y motivación personal. (Olivero y Torres, 2014)

Pensar en la posibilidad de emplear una modalidad mixta, como fue en su comienzo creado el postgrado para las personas del interior del país, pero incluir las nuevas y modernas tecnologías. Pudiese ser empleada la plataforma de “Educación a Distancia” que posee la Universidad Central de Venezuela y que las personas asistan a las aulas de clases una (1) vez a la semana, a fin de intercambiar ideas y presentar evaluaciones. Con esta opción, quizás se obtuviera un incremento de la matrícula, ya que sería mucho más cómodo para los farmacéuticos, habría menos ausencias del profesional en horarios de mucho movimiento en sus sitios de trabajo y para los entes empleadores sería más fácil otorgar los permisos correspondientes.

Del análisis de las encuestas y de las necesidades requeridas por los empleadores, se presentan las posibles áreas temáticas a tener en

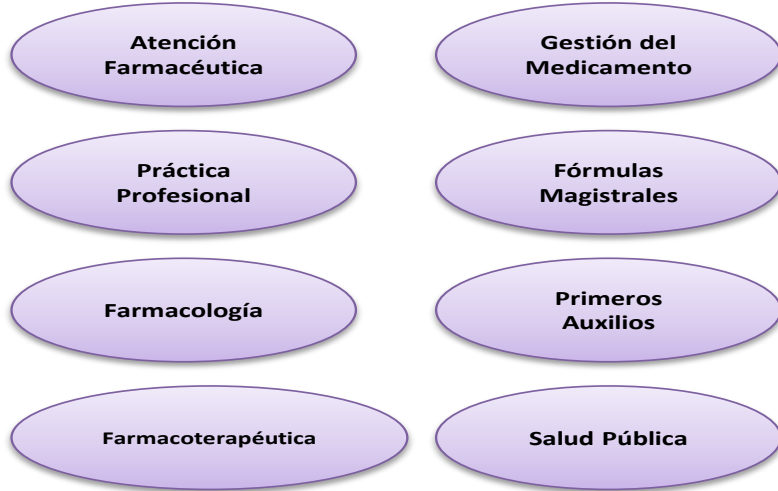
consideración al momento de reestructurar el postgrado de Farmacia Comunitaria.

Manejo de personal. Atención Farmacéutica. Comunicación Interpersonal. Control de Inventarios. Farmacoterapéutica. Administración. Práctica Profesional. Primeros auxilios y manejo de desastres. Fórmulas Magistrales. Computación. Legislación. Salud Pública. Mercadeo y Gerencia de oficinas de farmacia. Gestión del Medicamento. Atención al Cliente. Liderazgo y Toma de Decisiones. Es decir, elaborar un programa donde se incluyan destrezas y habilidades tanto del área administrativa-gerencial como de la sanitaria-asistencial, ver Figura 1.

Estudios de 4^{to} Nivel para Farmacéuticos de Oficina de Farmacia

Sanitario Asistencial

Gerencial - Administrativa



Legislación

Comunicación

Computación

Figura 1. Propuesta de Áreas Temáticas para los Estudios de Cuarto Nivel.

Fuente: Datos propios.

REFERENCIAS

Abascal E, Grande I. Análisis de encuestas. Madrid, España: ESIC Editorial. 2005.

Arismendi, E. Postgrado de Farmacia Comunitaria. Evolución y Perspectivas. Trabajo de Investigación para optar al Ascenso de Profesor Asociado. Facultad de Farmacia, Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela. Noviembre 2005.

Attías, D., Ferrigni, N. La especialización de Farmacia Comunitaria en Venezuela, Presente y Futuro. Revista O.F.I.L. 3 (5), 321-330. 1993.

Convenio Universidad Central de Venezuela – Fundación Instituto de Mejoramiento Profesional de la Federación Farmacéutica Venezolana. Archivos del Postgrado de Farmacia Comunitaria, Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela. 1987.

Delgado, J. Información vía correo electrónico de la Administradora de la Federación Farmacéutica Venezolana: registro del número de Farmacia y laboratorios.<https://mail.google.com/mail/u/0/?ui=2&ik=29502df82b&view=pt&> (recibido el 01 de abril de 2014)

Díaz, A.; Mendoza, M. Propuesta de líneas de acción dirigidas a la Farmacias Comunitarias para la implementación de iniciativas sociales a través de estrategias competitivas. Trabajo Especial de Grado del Postgrado de la Facultad de Farmacia de la Universidad Central de Venezuela. 2012

El Universal.com, sección de Economía del 18 de Agosto de 1997. Disponible en: http://www.eluniversal.com/1997/08/18/eco_art_18102AA (revisado el 29 de octubre 2013).

Facultad de Farmacia. *Curriculum* de la carrera de Farmacia. Universidad Central de Venezuela, Facultad de Farmacia. Coordinación Académica. Comisión Curricular. 1999.

Facultad de Farmacia. Plan de estudios de la Especialización de Farmacia Comunitaria. Archivos del Postgrado de Farmacia Comunitaria, Universidad Central de Venezuela, Facultad de Farmacia. 2014

Facultad de Farmacia. Misión y Visión de la Facultad de Farmacia, UCV. Disponible en: <http://www.ucv.ve/estructura/facultades/facultad-de-farmacia.html> (revisado el 01 de agosto de 2014)

Federación Farmacéutica Internacional. Buenas Prácticas de Farmacia. Directrices conjuntas FIP/OMS sobre buenas prácticas de farmacia: Estándares para la calidad de los servicios farmacéuticos. Disponible en: http://www.sefac.org/files/documentos_sefac/documentos/GPP_guidelines_FIP_publication_ES_2011a.pdf (revisado el 10 de octubre de 2013).

Ferrer-López, I. Machuca, M. Baena M, y col. Percepción de los pacientes sobre la indicación farmacéutica, los farmacéuticos y las farmacias comunitarias en siete farmacias aleatorizadas en Sevilla capital. Rev. O.F.I.L. 2007, 18;1:27-36.

Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela. Año CXXVII. Mes X. Ley de Medicamentos. Jueves 3 de agosto del 2000. N° 37006.

González, V. Influencia de los comerciales en la percepción de la imagen y actividades del farmacéutico en la Oficina de Farmacia. Trabajo Especial de Grado del Postgrado de la Facultad de Farmacia de la Universidad Central de Venezuela. 2011.

Hoffman., D; Ronkainen, I.; Czinkota, M. y col. Principios de marketing y sus mejores prácticas. 3^{ra}. Ed. International Thomson Editores S.A. México. 2007.

Jiménez, C. Análisis de la Competencia. Manual para competir con éxito en los mercados. Ediciones IESA. Caracas, Venezuela, 2012.

Kinnear, T.; Taylor, J. Investigación de Mercados. Un enfoque aplicado. 5^a ed. Editorial McGraw-Hill Interamericana S.A. México. 1998.

Kotler, P y Keller, K. Dirección de Marketing. Edición del Milenio. 10^{ed}. Pearson Educación, Madrid 2000.

Maslow, A. Motivación y Personalidad. 3^{era} Ed. Editorial Díaz Santos, Madrid 1991.

Méndez J., Gómez L. Diseño de Estrategias de Marketing Relacional aplicadas en las Farmacias de autoservicio del Municipio Sucre. Trabajo Especial de Grado de la Facultad de Farmacia de la Universidad Central de Venezuela. 2014.

Morales, M.; González, V.; De La Hoz, V. Diseño de un Modelo Gerencial Estratégico dirigido a Farmacias Independientes a fin de contribuir en su competitividad y éxito. Trabajo Especial de Grado del Postgrado de la Facultad de Farmacia de la Universidad Central de Venezuela. 2011.

Olivero, A. y Torres, A. Diseño de un programa “*E-Learning*” para personal de una Oficina de Farmacia, Municipio Libertador, Caracas. Trabajo Especial de Grado del Postgrado de la Facultad de Farmacia de la Universidad Central de Venezuela. 2014.

Organización Mundial de la Salud (OMS). Desarrollo de la práctica de farmacia centrada en la atención del paciente. **WHO/PSM/PAR/2006.5.**

Pérez J., Daniel. Láminas de Clases: “Canales de Distribución”. Postgrado de Mercadeo, Facultad de Farmacia de la UCV. Abril 2014.

Porter, M. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York, The Free Press. 1980.

Remington Farmacia. Tomo I. Editorial Médica Panamericana. Buenos Aires. 17 Edición. 1987.

Sampieri, R.; Fernández, C.; Baptista, P. Metodología de la Investigación. Cuarta Edición. McGraw-Hill Interamericana. México 2007.

SEFAC (Sociedad Española de Farmacia Comunitaria). Curso de Implementación y Gestión Servicios Profesionales en Farmacia Comunitaria. Módulo I. EspaiGràficAnagrafic, S.L. 1ª edición. Madrid. Junio, 2009.

Suárez, M. de; Mujica, Dilcia de. Investigación y Proyectos Educativos. Corporación Marca S.A. Caracas. 2011.

Villacorta, M. Introducción al Marketing Estratégico. Disponible: [http://books.google.co.ve/books?id=u__jNFaVDc0C&pg=PP3&lpg=PP3&dq=ISBN N:978-1-4461-6105-0&source=bl&ots=DzeD7_oucp&sig=rz-lywyvtBHmMgBFvfB7rW2XoxE&hl=es&ei=llajToaAG6b30gG46Kj6BA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&sqi=2&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=ISBN%3A978-1-4461-6105-0&f=false](http://books.google.co.ve/books?id=u__jNFaVDc0C&pg=PP3&lpg=PP3&dq=ISBN+978-1-4461-6105-0&source=bl&ots=DzeD7_oucp&sig=rz-lywyvtBHmMgBFvfB7rW2XoxE&hl=es&ei=llajToaAG6b30gG46Kj6BA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&sqi=2&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=ISBN%3A978-1-4461-6105-0&f=false) 2010. (Revisado 10 de Diciembre el 2013).

ANEXOS

Anexo 1. Programas de Pregrado de la Carrera de Farmacia de las distintas universidades.

Universidad Central de Venezuela	Universidad de los Andes	Universidad Santa María
Primer Año	Semestre 1	
Química General (teoría y laboratorio) Matemática y Física Química Orgánica I Biología (corte semestral) Salud Pública Formación General I Práctica Profesional Atención Farmacéutica I	Matemática Física Aplicada Química General Computación I Actividades de Formación Integral (Las asignaturas que ofrecen Cerámica, Ajedrez, Jardinería, Música, Andinismo, entre otras).	Análisis Químico Cualitativo I Física Aplicada I Matemáticas Aplicada I Metodología de la Investigación I Orientación Farmacéutica I Botánica Aplicada I Química Básica I
	Semestre 2	
	Metodología de la Investigación Análisis Farmacéutico I Química Orgánica Básica Computación II	Análisis Químico Cualitativo II Física Aplicada II Matemáticas Aplicada II Metodología de la Investigación I Orientación Farmacéutica I Botánica Aplicada II Química Básica II
Segundo Año	Semestre 3	
Fisicoquímica y Tecnología Farmacéutica I (teoría y laboratorio) Análisis Farmacéutico (teoría y laboratorio) Química Orgánica II (teoría y laboratorio) Anatomo-Fisiología Bioquímica Parasitología (corte semestral) Formación General II (corte semestral) Práctica Profesional Atención Farmacéutica II (corte Semestral)	Físico Química Anatomía y Fisiología Química Orgánica Aplicada Estadística aplicada	Análisis Químico Cuantitativo I Estadística I Estudio y Comp. del Hombre I Fisicoquímica I Fisiología y Anatomía I Parasitología I Química de los Medicamentos Inorgánicos I Química de los Medicamentos Orgánicos I

	Semestre 4	
	Análisis Farmacéutico II Fisiopatología Bioquímica Farmacognosia	Análisis Químico Cuantitativo II Estadística II Estudio y Comp. del Hombre II Fisicoquímica II Fisiología y Anatomía II Parasitología II Química de los Medicamentos Inorgánicos II Química de los Medicamentos Orgánicos II
Tercer Año	Semestre 5	
Tecnología Farmacéutica II (teoría y laboratorio) Química de medicamentos Farmacología Fisiopatología Microbiología (teoría y laboratorio) (corte semestral) Alimento y salud (corte semestral) Legislación y Deontología Historia de la Farmacia (corte semestral) Práctica Profesional Atención Farmacéutica III (corte semestral)	Farmacotecnia I Procesos Unitarios Farmacología I Farmacognosia II Química Medicinal	Análisis Instrumental I Bioquímica I Farmacotecnia I Fisiopatología I Legislación y Deontología I Diseño de Proyectos I Química Medicinal I Salud Pública I
	Semestre 6	
	Farmacotecnia II Parasitología Farmacología II Microbiología General Práctica Profesional I	Análisis Instrumental II Bioquímica II Farmacotecnia II Fisiopatología II Legislación Deontología II Diseño de Proyectos II Química Medicinal II Salud Pública II
Cuarto Año	Semestre 7	
Farmacoterapéutica Farmacia Institucional (corte semestral) Farmacocinética y Biofarmacia (corte semestral) Práctica Profesional Tecnológica (corte semestral) Farmacognosia y Medicamentos Herbarios (teoría y laboratorio) Toxicología (teoría y laboratorio)	Tecnología Farmacéutica Ciencia de los Alimentos Toxicología General Salud Pública Legislación Farmacéutica	Biofarmacia I Economía y Administración I Farmacognosia I Farmacología I Microbiología I Procesos Unitarios I Seguridad e Higiene Industrial I Toxicología I Prácticas Profesionales I

(semestral) Práctica Profesional Analítica Farmacoeconomía y Administración Práctica Profesional Atención Farmacéutica IV (semestral)	Semestre 8	
	Química Inorgánica Farmacéutica Administración Farmacéutica Biofarmacia Farmacoterapéutica Primeros Auxilios Contabilidad Pasantías I	Biofarmacia II Economía Y Administración II Farmacognosia II Farmacología II Microbiología II Procesos Unitarios II Seguridad e Higiene Industrial II Toxicología II, Prácticas Profesionales II
Quinto Año	Semestre 9	
Pasantía Asistencial (Rotación Comunitaria y Rotación Institucional) Gestión Farmacéutica Examen Suficiencia Inglés Electivas de Mención (teóricas y prácticas) Mención Ciencia y Tecnología de los Alimentos. Mención Tecnología Cosmética. Mención Tecnología Industrial Farmacéutica. Mención Control de Calidad de Medicamentos. Mención Microbiología Aplicada. Mención Sanitario Asistencial. Mención Toxicología e Higiene Industrial.	Mención Administración Farmacéutica Mención Análisis de Medicamentos Mención Biotecnología Farmacéutica Mención Ciencia de los Alimentos Mención Farmacia Hospitalaria Mención Tecnología Industrial Farmacéutica Mención Toxicología	Bromatología I Farmacotecnia III Farmacoterapéutica I Mercadotecnia I Prácticas Profesionales III Primeros Auxilios I Técnicas Gerenciales I Farmacia Hospitalaria I
	Semestre 10	
	Prácticas Profesionales II Tesis de Grado	Bromatología II Farmacotecnia IV Farmacoterapéutica II Mercadotecnia II Prácticas Profesionales IV Primeros Auxilios II Técnicas Gerenciales II Farmacia Hospitalaria II
	Electivas	
	Nutrición Inglés Psicología Economía Política Gerencia Farmacéutica Programas Especiales	

Anexo 2. Encuesta

Por favor dedique unos momentos a contestar esta pequeña encuesta, la información que nos proporcione será tratada de forma confidencial y no será utilizada para ningún propósito distinto al de la investigación. Marque la respuesta que mejor refleje su opinión con toda libertad. Gracias

1. ¿Qué edad tiene? (Rango de años)						2. Sexo			3. Estado (Habitación)				
15 de 25		26 de 35		36 de 45		46 de 55		Más de 56		M	F		
4. Por favor indique si es													
Estudiante		Farmacéutico		Universidad						Año graduación			
5. ¿Dónde Trabaja? " Seleccione todas las opciones que corresponda"													
Farmacia		Droguería		Laboratorio		Hospital		Docente		No trabaja			
Otro Lugar. Indique:													
6. Considera que los conocimientos impartidos durante su pregrado, son aptos para su desempeño como profesional en todos los ámbitos													
Muy de acuerdo		De acuerdo		En desacuerdo		Muy en desacuerdo		No sabe					
7. Por favor justifique su respuesta													
8. ¿Conoce los cursos de Postgrados que se dictan en la Facultad de Farmacia de la UCV?										Si		No	
9. Si su respuesta es afirmativa ¿Cuál fue el medio por el que obtuvo la Información? "Seleccione todas las opciones que correspondan"													
Tríptico		Página Web		Por un amigo		Otro							
10. ¿Estaría interesado en realizar estudios de cuarto nivel en la Facultad de Farmacia de la UCV? "Si su respuesta es negativa, pase a la pregunta 12".										Si		No	
11. ¿Qué lo motivaría a cursar estudios de cuarto nivel? "Marque solo dos opciones"													
Crecimiento Personal				Ofrecer una mejor asistencia profesional									
Prestigio Social				Ascenso en la compañía									
Mejor oportunidad para encontrar trabajo				Completar los conocimientos adquiridos en Pregrado									
Otra. Indique:													
12. De ser negativa su respuesta en la pregunta 10. ¿Cuál sería la razón? "Seleccione la opción que corresponda"													
Falta de Tiempo		No lo necesito		El costo elevado		El horario inconveniente							
Otro indique:													
13. ¿Cuál sería el horario de su preferencia? "Seleccione la opción que corresponda"													
Nocturno		Diurno		Fines de semana		Otro indique:							
14. ¿En qué área le gustaría desarrollarse? "Seleccione la opción que corresponda"													
Sanitario-Asistencial				Mercadeo				Otro Especifique:					
Gerencial - Administrativa				Tecnología									

15. ¿Qué tipo de estudios de cuarto nivel le gustaría realizar? "Seleccione la opción que corresponda"									
Doctorado		Maestría		Especialización		Diplomado			
16. De los postgrados que a continuación se nombran marque de acuerdo a su interés. "Seleccione todas las opciones según su preferencia"									
		Me encantaría cursarlo			Nunca lo cursaría			Quizás lo cursaría	
Aseguramiento de la Calidad									
Farmacología									
Farmacia Comunitaria									
Farmacia Hospitalaria									
Gerencia									
Mercadeo									
Química									
Tecnología de Alimentos									
Tecnología de Cosméticos									
Si usted es estudiante, muchas gracias por su colaboración. Si es farmacéutico, agradezco continuar con la encuesta.									
17. Ha realizado algún postgrado en la Facultad								Si	No
18. Si su respuesta es positiva. En forma global ¿Cómo lo calificaría?									
Excelente		Bueno		Regular		Deficiente			
19. ¿Qué significa para usted el término "Farmacéutico Comunitario"? "Seleccione una sola opción"									
Farmacéutico de Hospital		Farmacéutico de las Comunas		Farmacéutico de Oficina de Farmacia		Farmacéutico que trabaja en el sistema de salud del gobierno			
20. De los siguientes ítems que se nombran a continuación, valore del 1 a 4, siendo el 4 el más importante, ¿qué necesita saber el farmacéutico que labora en la Oficina de Farmacia?									
				Nada importante		Poco importante		Importante	Muy importante
Administración									
Manejo del personal									
Control de inventarios									
Mercadeo de productos									
Estudio Integral de Comunidades									
Práctica Profesional									
Legislación									
Farmacoterapéutica									
Computación									
Farmacología									

Fórmulas Magistrales				
Salud Pública				
Atención Farmacéutica				
Comunicación Interpersonal				
Biofarmacia				
Química				
Primeros Auxilios				
Manejo de desastres				
Otra opción, Indique:				

“Muchas gracias por su tiempo y colaboración”.