

Artículo de investigación

Desafíos para la buena dispensación de medicamentos

Challenges for good medicaments' dispensing

Gerardo Alberto Castaño-Riobueno¹  [CvLAC](#)

Resumen

Objetivos. Reconocer a la luz de la teoría de la agencia, los factores que explican la relación de los dispensadores, con el uso adecuado de medicamentos en una droguería. **Métodos.** Es un estudio con enfoque metodológico cuantitativo, con un diseño transversal con intención analítica donde se pretende identificar algunos factores que influyen en el proceso de dispensación del medicamento. Se realizó una entrevista semiestructurada a los administradores de la droguería responsables de la dispensación; con base en esta información se generó un cuestionario, que se aplicó tanto a dispensadores como a los usuarios, se parametrizó el cuestionario en SPSS Statistics 19. Con base en la técnica multivariante del análisis de correspondencias múltiples, se analizó la relación entre los administradores responsables de la dispensación, los dispensadores y los usuarios de la droguería. **Resultados.** Se encuestaron a los administrativos directamente responsables de la dispensación, se censaron a los dispensadores, se encuestaron a 138 usuarios mayores de 18 años. El 25 % de los usuarios conocen el concepto de dispensación, el 32 % reconocen no recibir una buena atención al momento de adquirir un medicamento. El 23 % de los dispensadores no tienen estudios necesarios para ejercer la función. Los motivadores que más reconocen tanto administradores, dispensadores y usuarios son los talleres propios, los talleres realizados por los laboratorios farmacéuticos, mientras que los controles más reconocidos son las cámaras de vigilancia, registro de entrada y salida del trabajo, revisión del inventario. **Conclusiones.** El estudio evidencia que la relación de agencia no es positiva y es conveniente replantear los intereses de los actores en el proceso de dispensación de medicamentos en la droguería, pensando más en la salud pública.

Palabras Clave: Buenas prácticas de dispensación, agente interesado, Servicios Comunitarios de Farmacia, Comercialización de Medicamentos.

Abstract

Objectives. To recognize under the light of agency theory, the factors that explain the relationship of dispensers, with the proper use of drugs in a Pharmacy. **Methods.** It is a study with a quantitative methodological approach, with a cross-sectional design with analytical intention where it is tried to identify some factors that influence the process of dispensing the medication. A semi-structured interview was conducted with the pharmacy managers responsible for dispensing; Based on this information a questionnaire was generated, which was applied to both dispensers and users, the questionnaire was parameterized in SPSS Statistics 19. Based

Fecha correspondencia:

Recibido: 4 de abril de 2016.
Aceptado: 26 de Mayo de 2017.

Forma de citar:

Castaño-Riobueno GA. Desafíos para la buena dispensación de medicamentos. Rev CES Salud Pública. 2017; 8(1): 94-107.

Open access

© Copyright

Licencia creative commons

Ética de publicaciones

Revisión por pares

Gestión por Open Journal System

ISSN: 2145-9932

Sobre los autores:

1. Magister en Administración, Docente de la Facultad Ciencias de la Salud, Universidad de los Llanos, grupo de investigación GESI.

Comparte



on the multivariate technique of the analysis of multiple correspondences, the relationship among the responsible managers, dispensers and pharmacy users was analyzed. **Results.** The directly responsible managers for the dispensation were surveyed, the dispensers were censused, 138 users aged 18 and over were surveyed. 25 % of users acknowledge the dispensing concept, 32 % acknowledge that they do not receive good attention when purchasing a drug. 23 % of the dispensers do not have necessary studies to perform the function. The motivators that most recognize administrators, dispensers and users are their own workshops, workshops conducted by pharmaceutical laboratories, while the most recognized controls are surveillance cameras, entry and exit registration, inventory review. **Conclusions.** The study reveals that the agency relationship is not positive and it is convenient to rethink the interests of the actors in the drug dispensing process in the drugstore, thinking more about public health.

Introducción

Una de las principales actividades que deben liderar las droguerías es el asesoramiento por parte de los dispensadores sobre uso adecuado de medicamentos y dispositivos médicos, responsabilidad que ha sido delegada por el Ministerio de Salud por medio del Decreto 0780 de 2016 (1).

Aunque se ha mejorado en el acceso a los medicamentos en Colombia, es importante mejorar el uso adecuado influyendo positivamente en los procesos de selección, prescripción, dispensación para impactar en la calidad de la prestación del servicio (2). Como aporte a esta necesidad, se pretende estudiar la dispensación bajo la mirada de la teoría de agencia¹. Inicialmente se describe el proceso de comercialización de medicamentos en muchas droguerías de Colombia: Un usuario ingresa a la droguería generando un acuerdo tácito donde el usuario solicita el (los) medicamento(s) a un dispensador, quien dependiendo de las existencias, lo(s) acerca(n) al usuario para que tome la decisión de compra, una vez tomada la decisión, el dispensador acerca el producto a la persona responsable de registrar la venta y tomar el dinero, una vez cancelado el medicamento, el usuario se puede retirar de la droguería con los medicamentos. Similar que a Cuba, en Colombia la norma no especifica un área específica para dispensación con las condiciones de necesarias de privacidad y comodidad para la relación dispensador- usuario (26).

Los dispensadores, aunque, son contratados para dispensar no pueden hacerlo a satisfacción porque deben cumplir con las necesidades de la empresa (generar utilidades) y no dedican el mejor esfuerzo a su responsabilidad inicial: dispensar medicamentos; la labores en la droguería están enfocadas al producto y no la paciente (25). Por su parte, los usuarios de la droguería no son conscientes de los derechos que tienen por lo tanto se conforman con los pocos esfuerzos del dispensador. Y los administradores, son responsables de la deficiente calidad de atención (3), facilitando la automedicación, no siendo del todo consientes de los problemas de salud que esto genera (4). Estos problemas de la dispensación se agravan aún más con la debilidad del recurso humano que se evidencia en el documento del Consejo Nacional de Política Económica y Social 155 (3).

Esta responsabilidad (de la dispensación) adquirida por las droguerías ha aumentado la asimetría² de información en el tema de los medicamentos, asimetría eviden-

¹La teoría de la agencia estudia, analiza los contratos entre el principal y el agente(8); pretendiendo determinar cómo se relacionan las personas y la información de una organización, buscando generar el contrato más eficiente para coordinar la relación principal - agente; esta relación la define Jensen y Meckling (1976) en Londoño Correa, 2012(9).

² Cuando una de las partes que intervienen no cuenta con la misma información que la otra sobre el producto, servicio o activo

ciada en el momento de la dispensación donde es muy frecuente que el comprador ignore los efectos adversos y la importancia de la adherencia del medicamento (4).

Muchos de los trabajadores en la droguería no dan importancia a la dispensación, actitud que es promovida por las administraciones de los servicios farmacéuticos que aún no son conscientes de su importancia, cuando delegan esta responsabilidad a terceras personas sin los conocimientos necesarios.

Numerosos desafíos en la dispensación de medicamentos, surgen desde la relación de agencia donde el comprador, en medio de sus necesidades, delega privilegios a un dispensador³ quien desde la demanda de un servicio de calidad, debe dar la información completa (relevante y suficiente) (5), situación comercial en la que se evidencian objetivos diferentes entre los usuarios y el dispensador, mientras los usuarios buscan mejorar su salud, los dispensadores buscan estabilidad laboral (6). Estos desafíos para una buena dispensación se aumentan no solo con el gran número de productos farmacéuticos que se comercializan en el país y la dinámica del mercado de los medicamentos en Colombia (5) sino también por la incorrecta utilización de medicamentos.

La exigencia de un servicio de calidad en una droguería por los usuarios, es prácticamente imposible porque esta exigencia se hace a nivel individual y con muy pocos argumentos, básicamente por la asimetría de la información y el oportunismo⁴ en el comercio de los medicamento (6).

En la droguería, el dispensador⁵ ha adquirido la responsabilidad de hacerlo por medio de un contrato de trabajo, evidenciándose una relación de agencia. A su vez el usuario de la droguería, también genera una relación de agencia con el dispensador, en busca de resultados acordes a sus necesidades, no solo la compra de medicamento (como producto) sino también orientación sobre su uso adecuado. Los contratos cumplirán su objetivo siempre y cuando el servicio invariablemente se oriente al bien común, respetando así la naturaleza humana(10), garantizando al consumidor la protección ante los riesgos para la salud y acceso a información que les permita hacer elecciones bien fundadas (11).

El dispensador y el usuario, conscientes que su futuro depende de la capacidad de lograr sus propios objetivos y que las decisiones que tomen son influidas por el mercado (12), se relacionan por medio de un contrato de agencia donde el dispensador tomando el rol de agente, se compromete a realizar servicios (dispensación de medicamento) en beneficio del usuario de la droguería con el rol de principal, quien le delega decisiones y le otorga cierta autoridad y establece incentivos para alinear los intereses del agente (adquirir el medicamento, realizar la compra), por lo que incurrirá en costos de monitoreo y de transacción que deben ser asumidos en su totalidad por el principal (evaluar alternativas de compra). Estos costos de monitoreo, siempre serán diferentes a cero, mientras existan divergencia en los intereses del principal y el agente, máxime cuando el dispensador necesita además del tiempo, de un espacio que genere confianza entre el dispensador y el usuario de la droguería. Situaciones que no se dan porque los dispensadores deben responder a las necesidades de muchos principales (usuarios de la droguería), cada uno con sus propios intereses y también a los intereses de sus jefes (los administradores de la droguería), ante los cuales debe

3 Quien entrega medicamentos y la información sobre su uso.

4 entendido como el actuar bajo intereses personales.

5 Encargado de la entrega de uno o más medicamentos a un paciente y la información sobre su uso adecuado, realizada por un Químico Farmacéutico, Tecnólogo en Regencia de Farmacia, Director de Droguería, Farmacéutico Licenciado, Expendedor de Drogas y Auxiliar en Servicios Farmacéuticos, en los términos establecidos en el Artículo 2.5.3.10.3 Decreto 0780 de 2016(1).

atender un buen número de usuarios para que su esfuerzo sea realmente reconocido; además, la asimetría de información hace que el usuario se conforme con adquirir el producto y muchas veces no hacer buen uso de este. Evidenciando de esta forma que los costos generados por esta relación de agencia son evidentemente altos no solo en lo económico sino, en costos de salud pública.

Los administradores de la droguería como principales, por medio del contrato delegan responsabilidades a los dispensadores, quien como agente asume las actividades que se deben realizar en la droguería. Este compromiso se debe ajustar a la normatividad de las droguerías.

La teoría de la agencia⁶ (13) también es consiente que tanto principales como agentes, tratan de maximizar sus propios intereses, en este caso los dispensadores deben trabajar de acuerdo a las directrices de la droguería y no tienen muchas alternativas debiendo desempeñar su función acorde al oportunismo que se ha generado alrededor del comercio del medicamento; no teniendo más alternativas que cumplir con los objetivos para los cuales fueron contratos. En cambio, los usuarios pueden escoger entre las diversas droguerías para adquirir sus medicamentos, no hacen uso de esta opción porque desconocen los derechos que tienen como consumidor (11), corroborando la asimetría de información en la comercialización de los medicamentos (14).

Aportando a la búsqueda de contratos óptimos que explique los comportamientos de los principales y los agentes dentro de la droguería, a continuación, se evidencian otras dificultades en la dispensación de medicamentos (8, 9, 13, 15)

- Los costos de supervisión. Esta supervisión la deben realizar básicamente los administradores de las droguerías, pero ellos buscan sus propios intereses; en este control, también deben participar los órganos de vigilancia quienes representan a los usuarios, pero tienen deficiencias para realizar esta supervisión (3). Por otra parte los usuarios de la droguería no exigen un buen servicio por la asimetría de la información y normalmente tienen que decidir bajo presión, situación que se agrava si el que adquiere no es el que lo consume el medicamento (16).

- Los costos de garantía, son los que genera el agente (dispensador) como evidencia de su quehacer, ajustándose a lo pactado. Para la droguería es importante la cantidad de medicamentos comercializados muchas veces sin importar el proceso de dispensación. Esto debe ajustarse al nuevo modelo de las droguerías basado en la atención primaria en salud optimizando los espacios ya generados como sitios de prestación de servicios de salud (17).

- La pérdida residual. Son los costos causados por el agente y que no coinciden plenamente con el deseo del principal, básicamente los originados por la asimetría de la información. Cuando se solicita un servicio se espera como usuario que sea atendido por personas capacitadas, en la dispensación de medicamentos, este costo se genera cuando el dispensador no lo asesora para hacer buen uso de los medicamentos al usuario, generando costos en salud pública,

Coherente con lo anterior en la relación de agencia entre el dispensador y los administradores de la droguería, como agente y principal respectivamente. Ganga Contreras & Valdivieso Fernández, 2013, argumentan la necesidad de desarrollar un

⁶ Es bueno aclarar que la relación de la agencia, no solo se da entre propietarios y directivos, sino también en los contratos con los Stakeholders tanto internos como externos que tengan una relación especial con la empresa.

contrato eficiente que permitan una supervisión, de tal forma que el dispensador (agente) se esfuerce en dispensar y que a su vez esta función sea valorada por los administradores de la droguería; reconociendo la dificultad de asignar una unidad de medida al proceso de dispensación, lo que genera comportamientos inadecuados como las malas prácticas profesionales. Generando la necesidad de hacer mejores contratos, que aumentan el reconocimiento de la actividad específica que desarrollan los trabajadores de las droguerías: La dispensación (21). Ver [Diagrama 1](#).

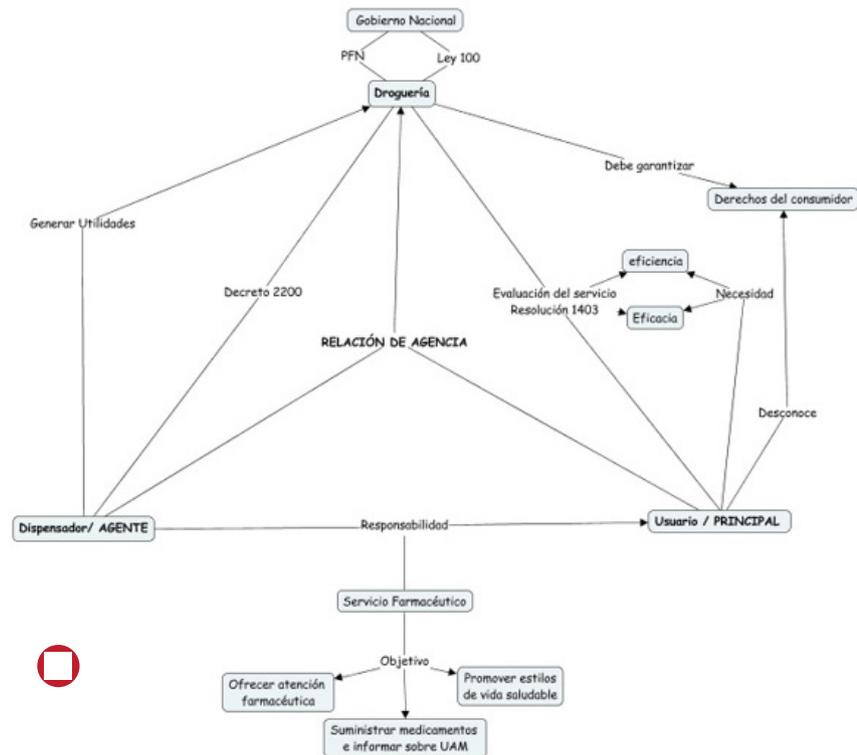


Diagrama 1. Relación de Agencia en el proceso de dispensación.

Dentro de las condiciones de estos contratos están los que se generan por medio de la normatividad, que es muy abundante en torno a los medicamentos generando confusiones, e incertidumbre en el proceso de dispensación de medicamentos (3, 22).

En relación a los costos de transacción que se generan por la motivación y control a las actividades de los dispensadores, estos no pueden verse desde la droguería por intereses exclusivamente económicos, es recomendable generar mayor reconocimiento en la empresa a esta actividad, retroalimentando la gestión a través de una autoevaluación, generando estabilidad laboral, facilitando el desarrollo profesional, generando sensación de éxito, mejorando el autoestima, estimulando la participación y el reconocimiento social así como el percibir bienestar en los compañeros, que son estímulos que favorecen la supervivencia de la empresa a largo plazo; promoviendo así, que se realice la dispensación gracias a la satisfacción que se obtiene de su desempeño. Estos reconocimientos son más importantes, a medida que las tareas son difíciles de realizar, o complejas de supervisar, por esto se admite en principio que los servicios relacionados con la salud por su propia naturaleza, deben estar empresas y personas inclinadas al altruismo (6, 10, 19, 20).

En coherencia con lo anterior en este artículo se analiza el proceso de dispensación desde una mirada de la teoría de agencia, relacionando de los factores que influyen

en la dispensación de medicamentos en las droguerías, tendientes a lograr el uso adecuado de medicamentos. Tomando como estudio de caso una droguería de la Orinoquia Colombiana.

Materiales y métodos

Se realizó un estudio con enfoque metodológico cuantitativo, con un diseño transversal con intención analítica, en una droguería de la Orinoquia Colombiana, de tipo cuantitativo porque los resultados se presentan con base en cifras estadísticas, con intención analítica, de corte transversal, donde se pretende identificar algunos factores que influyen en el proceso de dispensación del medicamento.

Para identificar los factores que influyen en la dispensación se realizó una entrevista semiestructurada a los administradores de la droguería responsables de la dispensación; con base en esta información se generó un cuestionario, que se aplicó tanto a dispensadores, como a los usuarios de la droguería.

Se censaron a los dispensadores. Además el cuestionario se aplicó a una muestra de 138 usuarios de la droguería, teniendo en cuenta los 329.521 habitantes de Villavicencio mayores de 18 años en el 2015, que adquirieron por lo menos un medicamento, con una prevalencia esperada del 50 %, con un peor resultado esperado aceptable del 7 % y un intervalo de confianza del 90 %. A todos se les solicitó diligenciar el consentimiento informado.

El cuestionario se codificó con base a opciones categóricas de 1 a 5, se parametrizó en SPSS Statistics 19, se realizaron diagramas de Venn y cálculos, para agrupar información que facilitará el análisis.

Con base en la técnica multivariante del análisis de correspondencias múltiples, se analizó la relación de los administrativos responsables de la dispensación, los dispensadores y los usuarios con el proceso de dispensación en la droguería; previamente se utilizaron mapas mentales para identificar como se relacionan y se evidenciaron las relaciones entre los principales y los agentes alrededor de la dispensación de medicamentos.

Esta investigación se desarrolló en el marco de la resolución 8430 de 1993 del Ministerio de Salud, definiéndola como una Investigación sin riesgo (Salud, 1993). La investigación fue avalada por el comité de ética de la Universidad de los Llanos y contó con el apoyo económico de la Universidad de los Llanos, con código de la Dirección General de Investigaciones, C03-F03-013-2015.

Resultados

En la droguería, solo el 25 % de los usuarios identifican el concepto de dispensación, lo que aumenta los costos de supervisión⁷ porque no saben a qué tienen derecho al momento de adquirir un medicamento, facilitando el oportunismo de los dispensadores quienes deben garantizar unos ingresos a la droguería para el sostenimiento de su salario. Situación que se agrava aún más, cuando el 49 % de los usuarios no han terminado la educación básica secundaria y aunque ellos tienen acceso a información por medio de las TIC⁸.

⁷ son los orientados a controlar las acciones del (agente) dispensador

⁸ esta no necesariamente es la más acertada de acuerdo sus necesidades en medicamentos (19)

El 86 % de los dispensadores reconocen que hay alto flujo de usuario que dificulta el proceso de la dispensación y aunque tiene buena infraestructura, buen ambiente de trabajo, los usuarios no perciben una calidad en la atención al momento de adquirir un medicamento.

Se evidencia, en la [Tabla 1](#), que el 23 % de los dispensadores no tienen los estudios necesarios para ejercer; el 15 % tienen menos de 5 años trabajando en droguerías; el 69 % de los dispensadores reconocen, que la información sobre el uso adecuado del medicamento, forma parte del proceso de dispensación de medicamentos. Evidenciando así que en la droguería hay una pérdida residual que genera costos en salud pública.

A continuación, se definen los factores identificados en la relación en torno a la dispensación de medicamentos, entre usuarios, dispensadores y administradores, en la droguería origen de estudio y la importancia de estos al interior de la droguería.

Talleres propios: cursos de capacitación que organiza la empresa, los temas son muy variados (comercio, conocimiento sobre medicamentos, seguridad y salud en el trabajo, liderazgo, entre otros). Son muy reconocidos por los administradores de la droguería y muy poco por los dispensadores. Uno de los grandes valores de estos talleres es que son orientados directamente hacia los intereses de la empresa.

Talleres realizados por terceros: son las capacitaciones que normalmente desarrollan los laboratorios farmacéuticos y comercializadoras promocionando sus productos. El que más lo valora es el usuario, por ser una buena fuente de información (información que puede ser sesgada por los intereses comerciales de los laboratorios). El que menos lo valora son los administradores, tal vez por los compromisos que generan con los conferencistas.

Flexibilidad en el horario: entendida como la facilidad de coordinar los turnos, debido a los compromisos familiares, especialmente de las madres cabeza de hogar. Valorado principalmente por los que se benefician directamente, dispensadores y administrativos, los primeros porque les facilita organizar sus tiempos y para los administrativos porque disminuye los permisos y las ausencias al trabajo.

Celebración de fechas especiales: la empresa organiza fiestas, paseos, caminatas para celebrar cumpleaños, día del amor y la amistad, fiestas de fin de año, entre otras. A todos les interesa las celebraciones sin embargo no es uno de los factores más relevantes en el proceso de dispensación.

Cámara de vigilancia: las actividades de dispensación se graban en 8 cámaras que toman diferentes ángulos del área de dispensación que pueden ser consultadas en vivo por los administradores y si es necesario se puede consultar el histórico previa autorización de la gerencia. Es reconocida principalmente por los usuarios y los administrativos, los segundos porque pueden hacer siguiendo a todos los movimientos que suceden en la droguería y en caso de algún problema se pueden consultar y a los primeros les da percepción de seguridad

Registro de entradas y salidas: en momentos en los que hay pocos usuarios en la droguería, se permite ausentarse por unos pocos minutos para resolver situaciones personales. El que más lo valora es el dispensador, para el administrador es un costo de transacción muy alto por la dinámica propia de controlar a quien se beneficia.

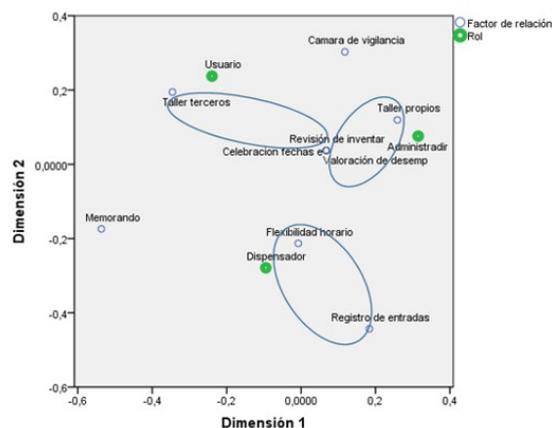
Para los usuarios no les interesa, el siempre espera que este alguien dispuesta a atender sus solicitudes.

Valoración de desempeño: en una evaluación periódica de manera conjunta, que hace la parte administrativa al desempeño del dispensador donde se aclaran algunas situaciones puntuales del servicio. Para el administrativo y es usuario es un importante, al dispensador poco les interesa, aunque es definitivo para renovar o no, el contrato.

Revisión de inventario: se realiza un inventario anual y también se realizan aleatoriamente cuando llegan pedidos sobre todo con medicamentos costosos. Es valorado por los administrativos y dispensadores, evidenciando un compromiso con la empresa.

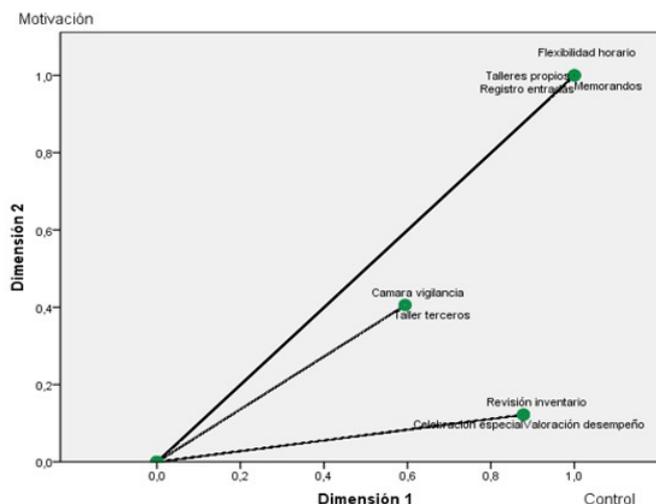
Memorando: se realizan cuando la falta es grave y amerita hacer llamado de atención dejando constancia en la hoja de vida. Es otro de los factores en los que están de acuerdo siendo el que menos interesa a los tres.

Con el análisis de las relaciones entorno a la dispensación de medicamentos, mediante la técnica multivariante del análisis de correspondencias múltiples se evidencia la deficiente relación de agencia en torno a la dispensación en la droguería. Mientras los usuarios valoran más los talleres realizados por terceros y la valoración por desempeño; los dispensadores aprecian la flexibilidad en el horario y el registro de entradas y salidas mientras que los administradores los talleres propios y la valoración de desempeño. Evidenciando que la relación de agencia no es positiva; a los usuarios les parece importante los talleres de los terceros ignorando que la información se puede sesgar según los intereses del conferencista; con el registro de entradas y salidas los únicos beneficiados son los dispensadores (es factible que en un momento de ausencia los necesite la administración o los usuarios) y los esfuerzos en organizar los talleres propios les interesa principalmente a los administradores. Ver [gráfica 1](#).



Gráfica 1. Relación de los roles con los factores identificados en torno a la dispensación de medicamentos en la Droguería X. 2016

Los controles expresados principalmente en los registros de entrada y los memorandos y los motivadores expresados principalmente en la flexibilidad de horarios y los talleres propios explican el 95 % del comportamiento durante el proceso de dispensación en la droguería. Ver [gráfica 2](#).



Gráfica 2. Relación entre los factores que influyen en la dispensación de medicamentos en la Droguería. 2016

Siendo la salud un derecho fundamental, los actores en el proceso de dispensación deben liderar acciones para desarrollar la actividad del comercio de medicamentos en una relación positiva de agencia donde el mayor beneficiado es la salud pública.

Conclusiones:

Coase (1937), con relación a los costos que se generan en una actividad económica, sugiere que se deben disminuir los costos de transacción para que las empresas sobrevivan, en el caso de las droguerías, estos costos de transacción por lo contrario deben aumentar en beneficio de una relación a largo plazo con sus empleados (dispensadores) y de la salud de los usuarios, buscando mayor eficacia⁹, eficiencia¹⁰ en la dispensación de los medicamentos (4, 18).

La economía de consumo, en especial la relacionada con la comercialización de los medicamentos, se debe replantear, si se continúa pensando solo en el producto o debemos enfocarnos más en el servicio, pensando más en el bien común. Seguramente una buena combinación dará buenos resultados (18).

La forma como se comercializan hoy los medicamentos, no permite crear valor a los medicamentos. Las droguerías deben tener la capacidad de convertir los medicamentos en servicios. El real valor del medicamento está en los beneficios que puede generar; la diferencia entre este beneficio y el medicamento como mercancía es la experiencia que se debe buscar en las droguerías, generando estrategias para que sean vistas como puntos de salud y no como empresas comercializadoras (18, 23).

La competencia que ha generado la corta distancia entre droguerías ha generado disminución en los márgenes de beneficio. Para mejorar los procesos de dispensación, las droguerías necesariamente incurrirían en mayores costos haciéndolas menos rentables. Una de las alternativas para continuar siendo rentable la droguería y mejorar los procesos de dispensación, es retomar las distancias mínimas entre droguerías, de esta manera se disminuye la presión mercantilista, pudiendo exigirse

⁹ Eficacia, entendida como la guía para garantizar a los usuarios de las droguerías el cumplimiento de sus objetivos, dando cumplimiento a las normas sobre control, información y gestión de la calidad.

¹⁰ Eficiencia, entendida como la guía para que la droguería garantice una estructura administrativa racional y los procedimientos necesarios para asegurar el cumplimiento de sus funciones, utilizando de manera óptima los recursos humanos, físicos, financieros y técnicos.

un mejor esfuerzo en la dispensación de los medicamentos, enfocando los servicios de la droguería hacia la atención primaria en salud, influenciando no solo la salud individual sino la salud de la comunidad (23, 24).

Como apoyo e inicio a los cambios que se deben realizar. Se debe implementar la entrega de información impresa correspondiente a cada medicamento que adquiere el usuario.

Para que se facilite la comprensión del proceso de dispensación es necesario simplificar la normatividad.

Los mecanismos de incentivos en las droguerías deben contrarrestar los incentivos perversos que con frecuencia promueven el uso inadecuado de medicamentos, minimizando el comportamiento oportunista del dispensador (5).

En las droguerías se debe minimizar la actitud oportunista, que nace por el poco conocimiento del uso de medicamentos que tienen los usuarios, por esta razón se debe disminuir la asimetría de información, sensibilizando al usuario de sus deberes y derechos en el mercado de medicamentos.

Las exigencias del consumidor es una condición esencial para que el mercado del medicamento, se optimice y satisfaga las necesidades de los individuos y de la sociedad.

Se debe continuar estudiando alternativas para mejorar los procesos de dispensación al interior de las droguerías.

Conflicto de intereses: El autor declara no tener ningún conflicto de intereses.

Referencia

1. Ministerio de la Protección Social. Decreto 0780 de 2016 [Internet]. mayo 06, 2016. Recuperado a partir de: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Decreto202016.pdf
2. Organización Panamericana de la Salud, Organismo Andino de salud. Política andina de medicamentos [Internet]. 2009. Recuperado a partir de: <http://www.orasconhu.org/documentos/Politica202009.pdf>
3. Departamento de Planeación Nacional. Política Farmacéutica Nacional. [Internet]. Consejo Nacional de Política Económica y Social; 2012 [citado el 26 de marzo de 2016] p. 1-49. Report No.: 155. Recuperado a partir de: <https://www.minsalud.gov.co/Documentos20Nacional.pdf>
4. Organization WH, others. Promoción del uso racional de medicamentos: componentes centrales. 2002 [citado el 26 de marzo de 2016]; Recuperado a partir de: <http://apps.who.int/iris/handle/10665/67532>
5. Ministerio de la Protección Social. Resolución 1403 de 2007 [Internet]. [citado el 23 de marzo de 2016]. Recuperado a partir de: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/RESOLUCION202007.pdf
6. Mota DM, Silva MGC da, Sudo EC, Ortún V. Uso racional de medicamentos: uma abordagem econômica para tomada de decisões. Cien Saude Colet [Internet].

- 2008 [citado el 23 de marzo de 2016];13(Supl). Recuperado a partir de: <http://www.scielosp.org/pdf/csc/v13s0/a08v13s0.pdf>
7. Vázquez Núñez R. La teoría de agencia en el ámbito de los seguros de salud. 2015 [citado el 23 de marzo de 2016]; Recuperado a partir de: <http://ruc.udc.es/handle/2183/14632>
 8. INFORME PFN- Uso Albert Figueras.pdf [Internet]. [citado el 23 de marzo de 2016]. Recuperado a partir de: <https://www.minsalud.gov.co/Políticas20Figueras.pdf>
 9. Carazo PCM. El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. Pensam Gest Rev Div Cienc Adm Univ Norte. 2006;(20):165–93. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64602005>
 10. Rivas P, Alonso G. Regulación de la dispensación de medicamentos y su efecto en el consumo de antibióticos en Venezuela. Rev Panam Salud Pública. 2011;30(6):592–7. http://www.scielosp.org/scielo.php?pid=S1020-49892011001200016&script=sci_abstract&tlng=es
 11. Londoño Correa D. Los cambios en el control de mando en las firmas según la teoría de agencia: una hipótesis para explicar el surgimiento del Sindicato Antioqueño. AD-Minist. (7):46–69. <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/administer/article/view/655>
 12. Fontrodona J, Sison AJ. Hacia una teoría de la empresa basada en el bien común. Empresa Humanismo [Internet]. 2007 [citado el 26 de marzo de 2016];10(2). Recuperado a partir de: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=11397608&AN=27578312>
 13. República de Colombia. Estatuto del consumidor [Internet]. Ley 1480 abril, 2012. Recuperado a partir de: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html
 14. S RGZ. NUEVAS TEORÍAS DE LA EMPRESA: VISIÓN CONJUNTA. J Trop Eng [Internet]. el 1 de agosto de 2011 [citado el 26 de marzo de 2016];5(2). Recuperado a partir de: <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/ingenieria/article/view/7559>
 15. Pérez Montiel M, Souza Rech GC de, Rueda Armengot C, Peris-Ortiz M. Fundamentos de la teoría organizativa de agencia. Inf Comer Esp ICE Rev Econ. 2012;(865):107–1. http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_865_107-118_D278025029FDF-8256D349E533A2C2D4E.pdf
 16. Idárraga DAM. Teoría de agencia y costos de transacción: una observación teórica de sus postulados. Mutis. el 28 de junio de 2012;2(1):61–81. <https://revistas.utadeo.edu.co/index.php/mutis/article/view/362>
 17. Castaño Duque GA, others. Teoría de la agencia y sus aplicaciones. Decisión Adm. 1999;(1):7–12. https://www.researchgate.net/profile/German_Duque2/publication/288823955_Teoría_de_la_agencia_y_sus_aplicaciones/links/5683fdf208ae051f9af03a13/Teoria-de-la-agencia-y-sus-aplicaciones.pdf

18. García-Milián AJ, Alonso-Carbonell L, López-Puig P, Priego-Álvarez HR. Segmentación del mercado farmacéutico consumidor de medicamentos en Cuba. *Salud en Tabasco*. 2012;18:8–13. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=48724427003>
19. Moretti SL do A, Feio MA de CBN. INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE SERVIÇOS: UM ESTUDO DE CASO NO SETOR DE SAÚDE SUPLEMENTAR. *Rev Alcance*. el 2 de marzo de 2015;21(3):538–62. <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/ra/article/view/5925>
20. Geoffrey Moore RH. La naturaleza de la empresa (75 años después). En: Reinventar la empresa en la era digital [Internet]. Alianza Editorial; 2014 [citado el 26 de marzo de 2016]. p. 3–12. Recuperado a partir de: <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2015/02/BBVA-OpenMind-La-naturaleza-de-la-empresa-75-anos-despues-innovacion-empresarial.pdf>
21. Manasliski N, Varela L. Teoría de la Agencia: evidencia empírica en firmas uruguayas. *Quantum Rev Adm Contab Econ*. 2009;4(2):48–63. <http://vufind.uniovi.es/Record/ir>
22. Hernández A, Zapata G. SISTEMA DE INCENTIVOS Y TIPOS BÁSICOS DE TRABAJO EN LA ORGANIZACIÓN BAJO LA PERSPECTIVA DE LA TEORÍA DE AGENCIA/3. INCENTIVES SYSTEM AND BASIC TYPES OF JOB IN THE ORGANIZATION UNDER THE AGENCY THEORY PERSPECTIVE. *Rev Científica Pensam Gest* [Internet]. el 20 de junio de 2011 [citado el 26 de marzo de 2016];0(29). Recuperado a partir de: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/1968>
23. Londoño DJPR. TEORÍA DE LA AGENCIA DESDE LA PERSPECTIVA DEL CONTROL. *Adversia* [Internet]. el 24 de octubre de 2012 [citado el 26 de marzo de 2016];0(11). Recuperado a partir de: <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/adversia/article/view/13270>
24. El comportamiento de la empresa ante entornos dinámicos: XIX Congreso anual y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM. En España: Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM); 2007 [citado el 26 de marzo de 2016]. p. 44. Recuperado a partir de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=275383>
25. Organización Mundial de la Salud, Federación Internacional Farmaceutica. Desarrollo de la práctica de farmacia Centrada en la atención del paciente. [Internet]. 2006 [citado el 26 de marzo de 2016]. Recuperado a partir de: <https://www.fip.org/files/fip/publications/DevelopingPharmacyPractice/DevelopingPharmacyPracticeES.pdf>
26. García Garnica A, Taboada Ibarra EL. Teoría de la empresa: las propuestas de Coase, Alchian y Demsetz, Williamson, Penrose y Nooteboom. *Econ Teoría Práctica*. 2012;(36):9–42. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281125196001>
27. Abaurre Labrador, Raquel. Diseño de un protocolo estructurado de trabajo para el servicio de dispensación de medicamentos en farmacia comunitaria. Estudio de eficacia. 2015 [citado el 6 de junio de 2017]. P.74. Recuperado a partir de: <http://digibug.ugr.es/handle/10481/41673#.WTcnceuGPIU>.

28. García Fariñas Anai, García Mena Enalys, Díaz Molina Milena, González Atá Amelié, Reyes Hernández Ivette. Propuesta de indicadores de resultados y de recursos para farmacias comunitarias cubanas. Rev Cubana Farm [Internet]. 2016 Mar [citado 2017 Jun 06]; 50(1): 85-97. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75152016000100008&lng=es.

Tabla 1. Tiempo de experiencia y estudios realizados por dispensadores de Droguería. 2016

Tiempo experiencia dispensando	Estudio Realizado por dispensadores		Total
	otros estudios	Auxiliar de servicios farmacéuticos	
1 a 5 años	15%	31%	46%
6 a 10 años	0%	8%	8%
más de 10 años	8%	38%	46%
Total	23%	77%	100%