

ANEXO B

GRAFICOS

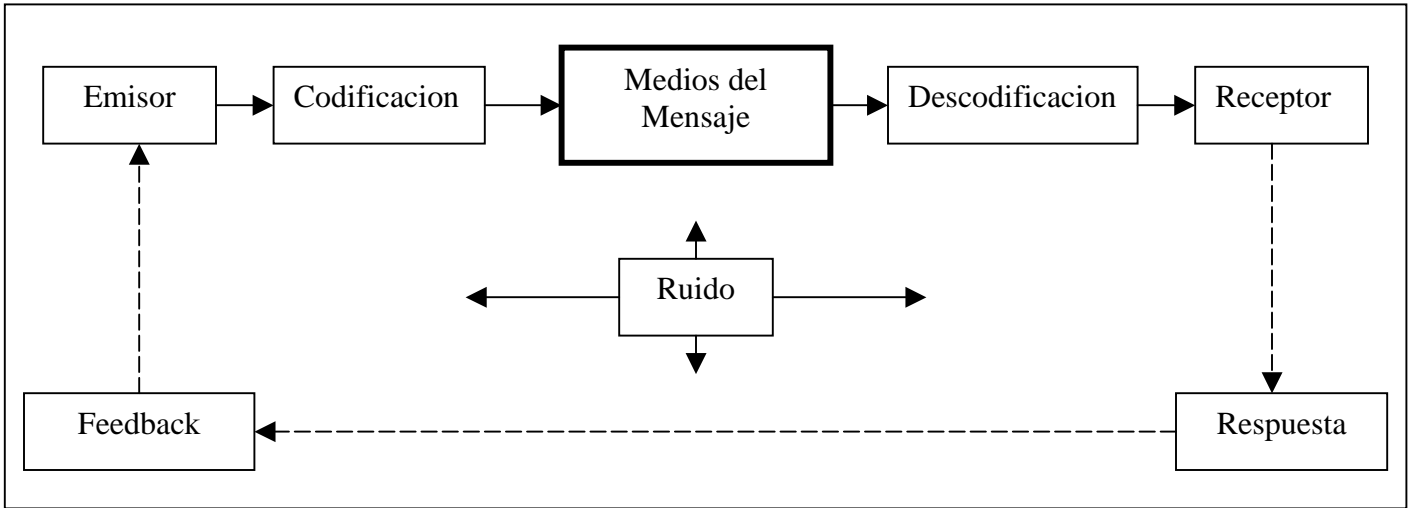


Grafico 1. El Proceso de comunicación. Fuente: Kotler P. (1988, Marketing Management, Prentice Hall Inc.)

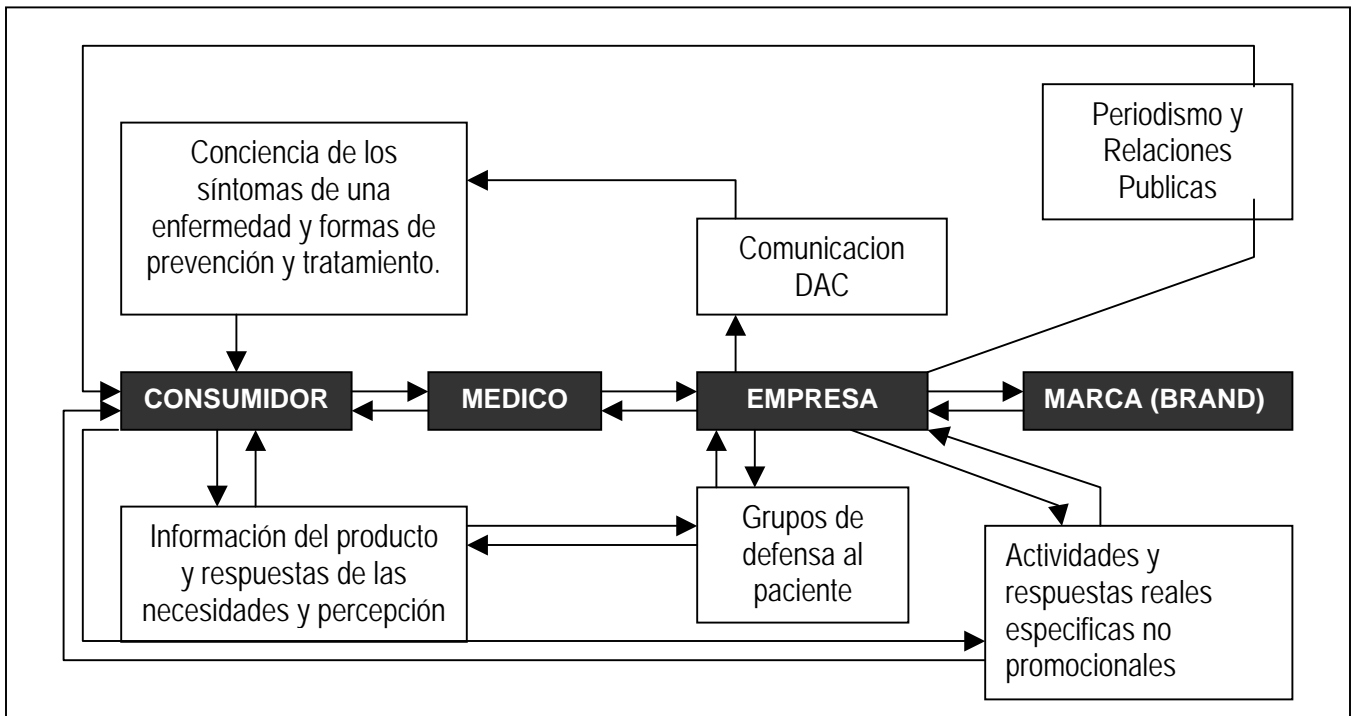


Grafico 2. Comunicación para la DAC entre Laboratorio-Medico-Paciente-Farmacéutico (modificado de Brand Medicine, Rob Benson. Palgrave 2001)

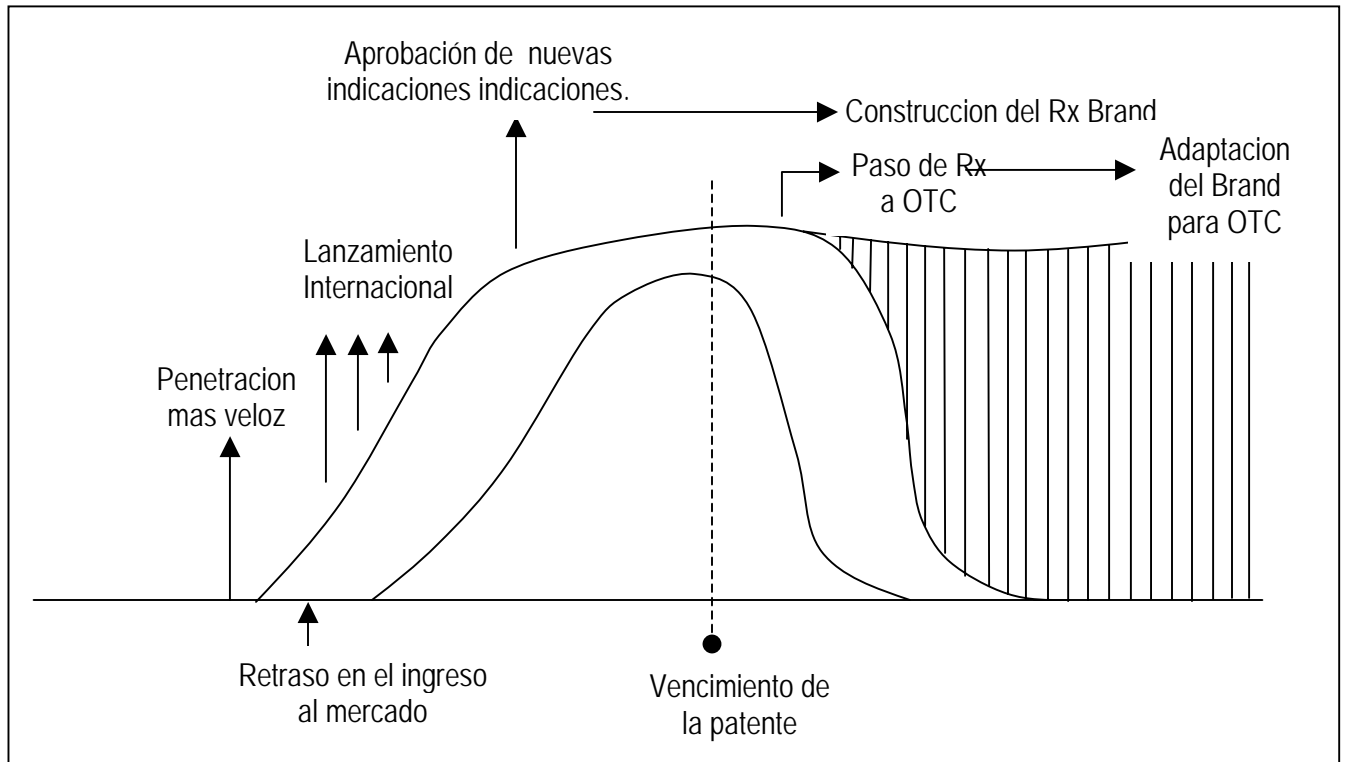


Gráfico 3. Efectos de generar Brand sobre el ciclo de vida de un producto. (modificado de Successful switch strategies, Hugh Ferrier, 2001)

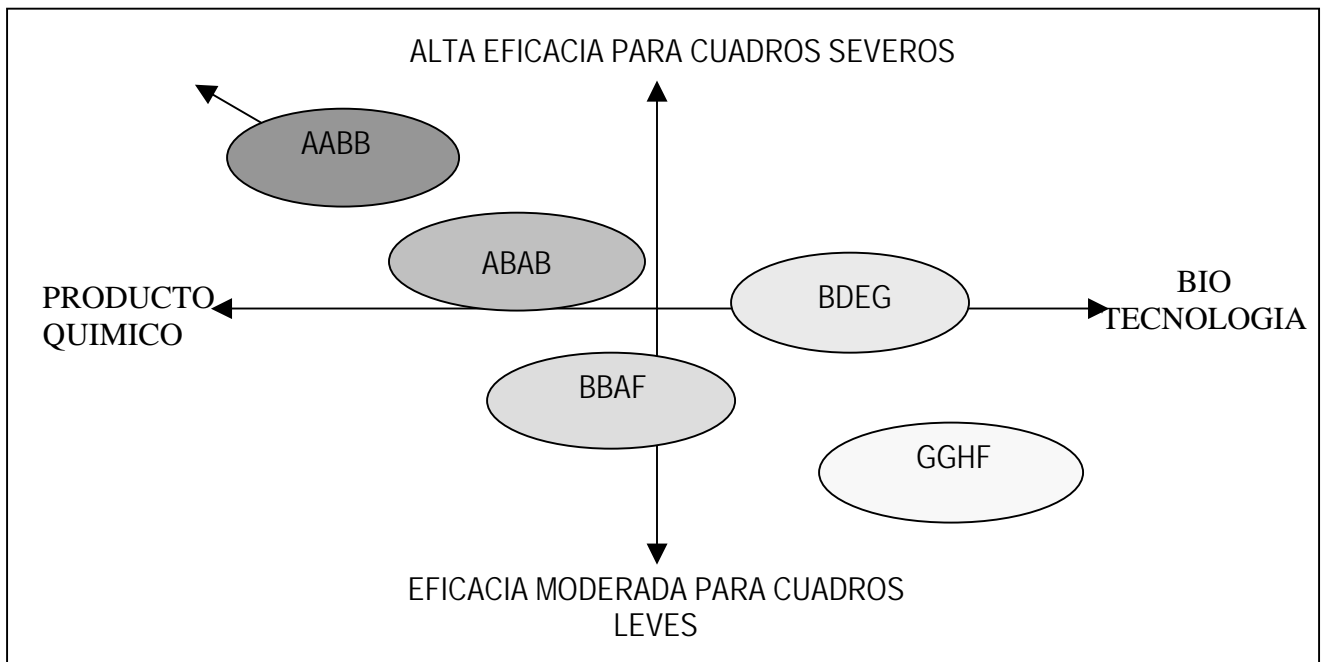
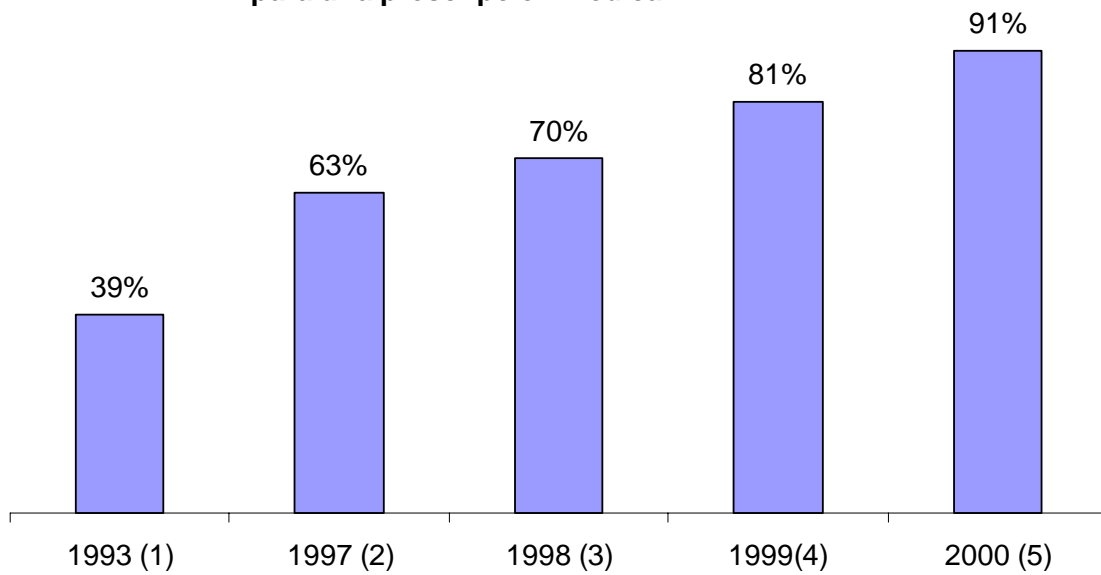


Gráfico 4. Mapa perceptual para productos de una misma familia terapéutica.

Porcentaje de gente que dice que ha visto o escuchado un aviso para una prescripción medica



- (1) Alperstein, Neil, and Mark Peyrot. Consumer Awareness of Prescription Drug Advertising. *Journal of Advertising Research*, (Jul/Aug) 1993
- (2) *Prevention Magazine* Survey, 1997
- (3) *Prevention Magazine* Survey, 1998
- (4) *Prevention Magazine* Survey, April 1999
- (5) Jim Lehrer NewsHour/Kaiser Family Foundation/Harvard School of Public Health Survey, September 2000

Grafico 5. Evolución del awareness (conciencia) del DAC 1993-2000.

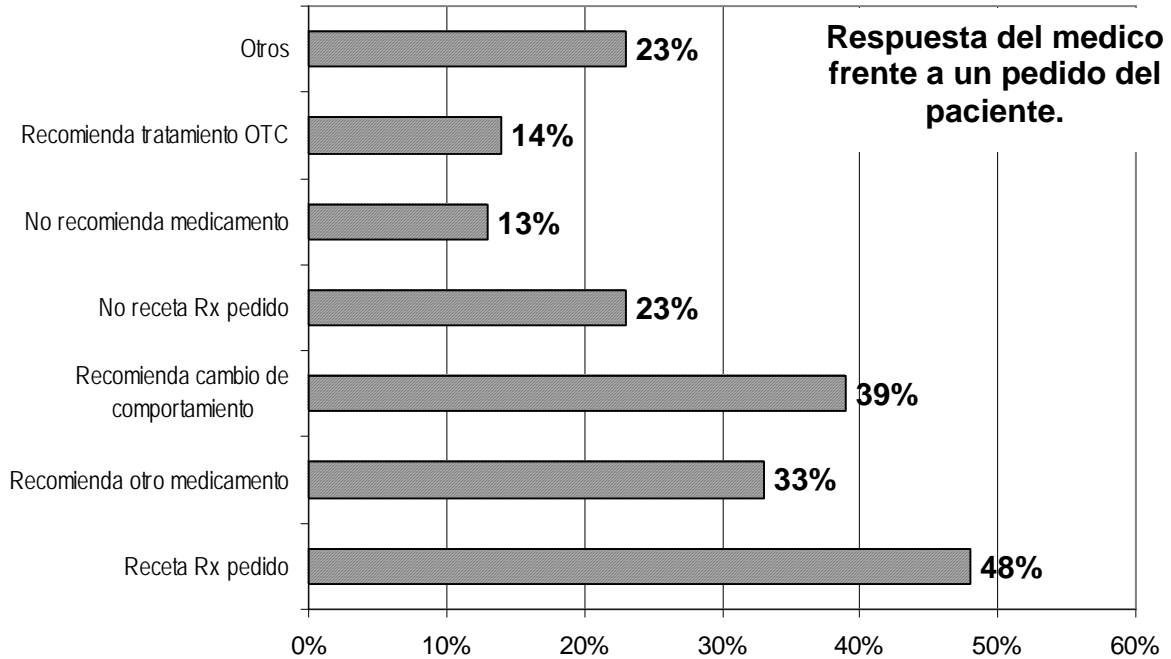


Grafico 6. Respuesta de los médicos frente al pedido de un paciente acerca de un medicamento, generado por una aviso DAC (Prevention Magazine 2002)

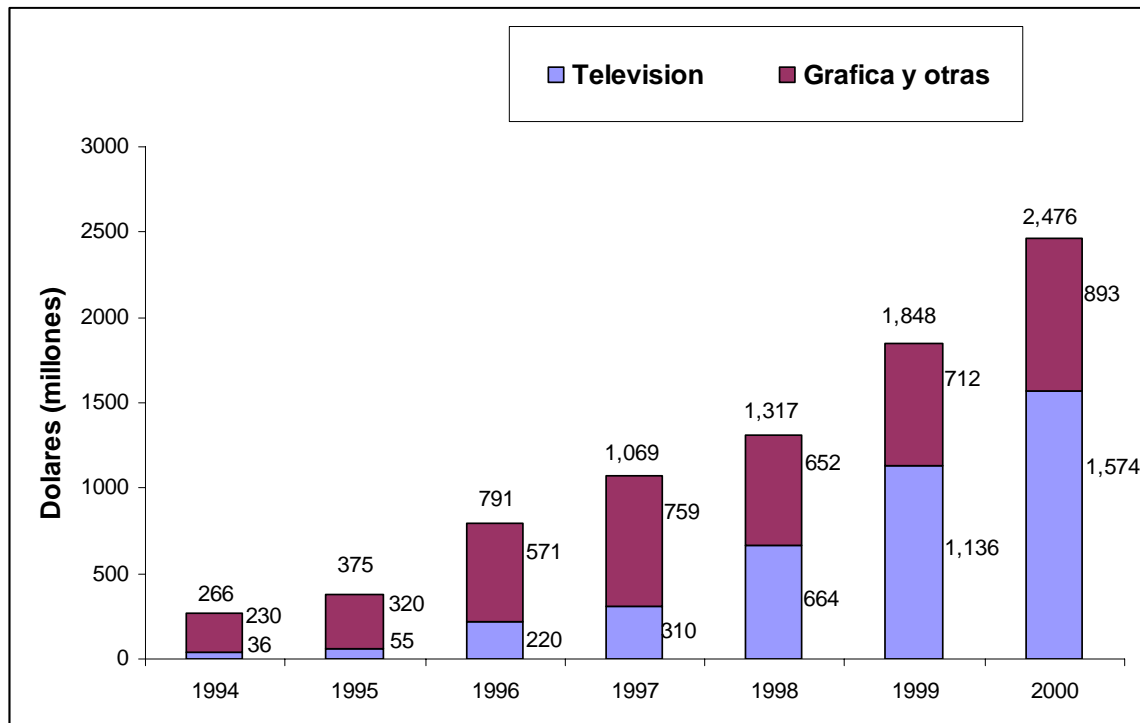


Grafico 7. Desarrollo de la inversión por DAC en distintos medios de difusión (1994-2000) Aclaración: Grafica y otros incluye revistas, diarios, radio y vía pública. Fuente IMS Health, Integrated Promotion Service, April 2001: Competitive Media Reporting.

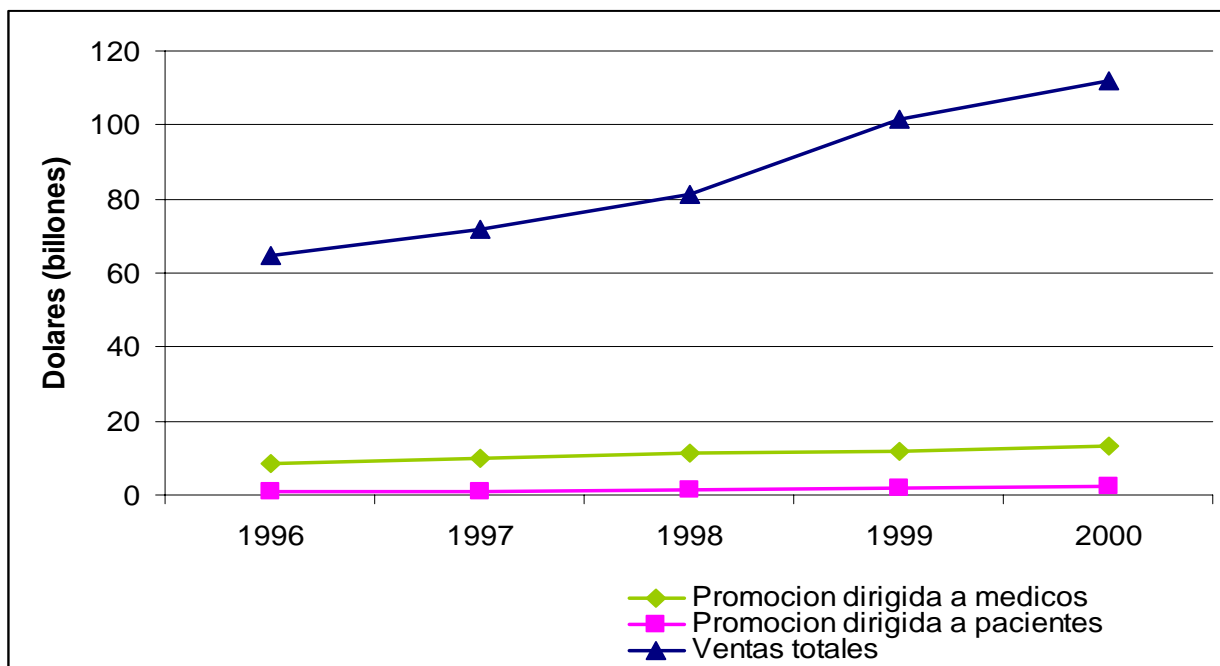


Grafico 8. Comparación entre la inversión en DAC y promoción dirigida a médicos con el volumen de ventas generado. Fuentes: Inversión en promoción según IMS Health, Integrated Promotion Service 2001; Valores de ventas totales según Pharmaceutical Research and Manufacturers of America, Annual Survey, 2001.

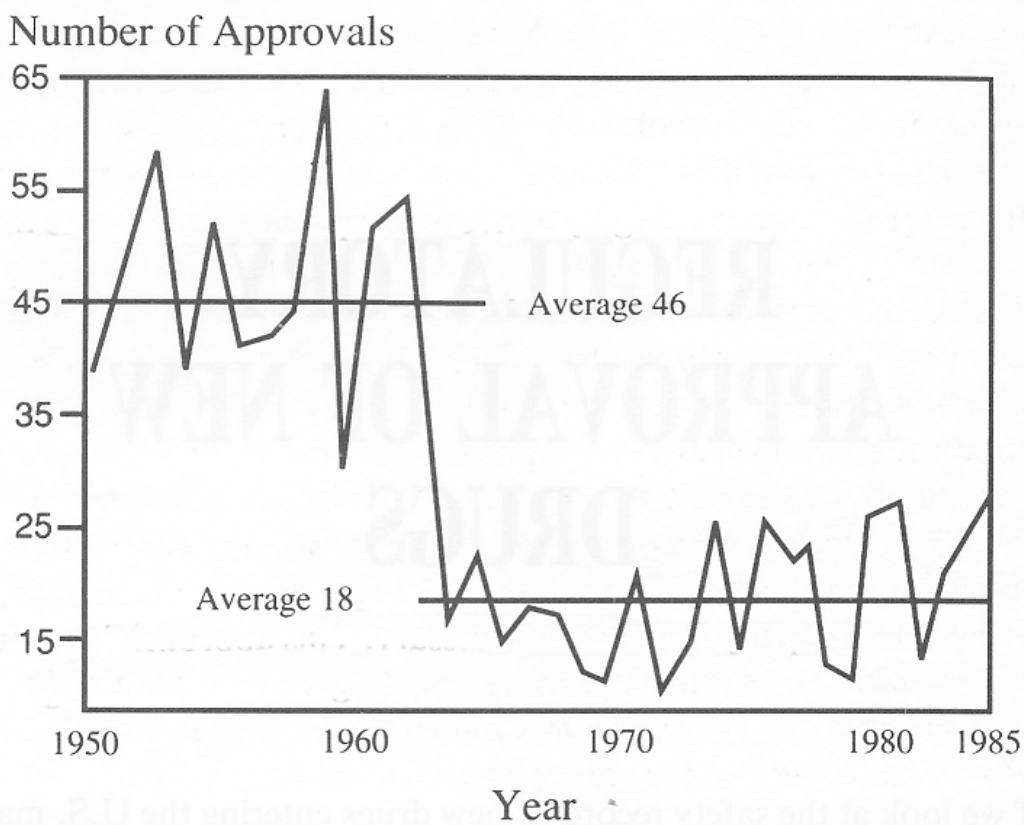


Grafico 9. Cambio en el número de aprobaciones de nuevos medicamentos por la FDA luego de la regulación impuesta por Kefauver en 1962. Fuente: Spilker B. Inside the drug Industry (Prous Science Publishers, 1990)